



TECNOLOGICO SUPERIOR
“CORDILLERA”

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN BANCARIA Y FINANCIERA

IMPORTANCIA DE LA ESTADÍSTICA

CREAR UN CENTRO DE RELAJACIÓN ANCESTRAL MEDIANTE UN
ESTUDIO DE FACTIBILIDAD UTILIZANDO TERAPIAS NATURALES,
UBICADO EN EL SECTOR DE CALDERÓN AL NORTE DEL DISTRITO
METROPOLITANO DE QUITO.

Proyecto de previo a la obtención del título de Tecnólogo en Administración
Bancaria y Financiera

Autor: Chungandro Morocho Johanna Elizabeth

Tutor: Eco. Edison Duque

Quito, Octubre 2014

DECLARATORIA

Declaro que la investigación es absolutamente original, autentica, personal, que se han citado las fuentes correspondientes y que en su ejecución se respetaron las disposiciones legales que protegen los derechos de autor vigentes. Las ideas, doctrinas resultados y conclusiones a los que he llegado son de mi absoluta responsabilidad.

Johanna Elizabeth Chungandro Morocho

CC 172123076-9

CESIÓN DE DERECHOS

Yo, Johanna Elizabeth Chungandro Morocho alumna de la Escuela de Administración Bancaria y Financiera, libre y voluntariamente cedo los derechos de autor de mi investigación en favor al Instituto Tecnológico Superior "Cordillera".

CC 172123076-9

AGRADECIMIENTO

Gracias al Ing. Edison Duque, por el valioso aporte profesional, técnico y humano brindado en el transcurso de este semestre en favor de la culminación de esta retadora carrera que después de mucho sacrificio voy a culminar.

Gracias a todo el personal docente, mis queridos maestros que al fin verán los frutos de sus enseñanzas.

DEDICATORIA

A mis padres por su apoyo incondicional y cariño que con su esfuerzo me ayudaron a cumplir una meta más en mi vida, por esto y más les agradezco con el corazón.

A mí enamorado por su apoyo incondicional y bondad el cual me ayudo a concluir mi tesis.

Gracias a esas personas importantes en mi vida, que siempre estuvieron presentes y brindando su ayuda.

Con todo mi cariño esta tesis se las dedico a ustedes.

RESUMEN EJECUTIVO

El Capítulo I contiene la justificación del proyecto donde se establece por qué se lo va a realizar tomando las oportunidades de trabajo y resaltando los grandes resultados esperados que tendremos al poner en marcha el proyecto.

En los antecedentes reflejaremos un poco de la historia de cómo en los antepasados se realizaban los tratamientos ancestrales o como se los conocía a los SPA en aquellos tiempos, dando a conocer los grandes beneficios que tiene el asistir a un Centro de Relajación Ancestral que ayudara a la salud mental y física de la persona.

En el Capítulo II tenemos todo lo relacionado con las aportaciones que se realizaran en el país con la aplicación del proyecto se conocerán quienes podrían ser nuestros clientes, proveedores y competidores en el cual nos plantaremos un análisis externo donde obtendremos por conocer 4 factores importantes para estar totalmente actualizado en todo momento, el análisis interno se lo realizara según lo que esperamos obtener con el proyecto.

En el Capítulo III obtendremos un previo estudio de mercado en donde podremos determinar la población, el cual nos ayudara a realizar un número de encuestas para así poder conocer la aceptación del proyecto en la sociedad.

En el Capítulo IV se cumplió con el estudio técnico donde se conoció el lugar y sector donde estará situado el Centro de Relajación Ancestral, aquí en este capítulo se definió cual sería la distribución de cada la planta, cuanto de personal contaremos y que maquinaria y equipos necesitaremos para poder funcionar correctamente.

En el Capítulo V se realizó el estudio financiero para determinar los costos y gastos que tendremos al momento de establecer el Centro de Relajación Ancestral, con el cual se realizara una evaluación que dependerá del VAN, TIR, Tasa de Descuento PRI, RBC, Punto de equilibrio y finalmente de análisis financieros donde se obtendrá el porcentaje de factibilidad que se tendrá con la implementación del Centro de Relajación Ancestral.

En el Capítulo VI se dio a conocer un análisis de los diferentes impactos relacionándolos con el proyecto en donde se estableció que con cada uno de ellos podremos aportar como lo es con el ambiente, en lo económico, en lo productivo y en lo social el cual podremos aportar un poco más en cada uno de estos impactos.

Finalmente en el Capítulo VII tenemos las conclusiones y recomendaciones que se las realizó con la elaboración y con los conocimientos obtenidos durante la investigación.

ABSTRACT

Chapter I contains the justification why the project where it is set to be performed taking job opportunities and highlighting the great results that we expected to launch the project.

In the background will reflect a bit of the story of how the ancestors ancestral treatments took place or were known as the SPA at the time, revealing the great benefits that attending a center that would help Ancestral Relaxation mental and physical health of the person.

In Chapter II we have everything related to contributions to be undertaken in the country with the implementation of the project will be known who could be customers, suppliers and competitors in which we will plant an external analysis where we get to know 4 main factors to be fully updated at all times, the internal analysis it ahead as we hope to achieve with the project.

In Chapter III we obtain a preliminary study of market where we can determine the population, which will help us to make a number of surveys in order to meet project acceptance in the society.

In Chapter IV it met the technical study where the place and area where is located the center of Ancestral Relaxation met here in this chapter defined what would be the distribution of each plant , the staff will tell and machinery and equipment need to function properly.

In Chapter V the financial study to determine the costs and expenses that we will have the time of establishing the Centre Ancestral Relaxation, with which an assessment will depend on the VAN, TIR, Discount Rate, PRI , RBC , point it will

be held balance and finally financial analysis where the percentage of feasibility to be had with the implementation of Ancestral Relaxation Center will be obtained.

In Chapter VI was released an analysis of the different linking them impacts the project where it was established that each of them can provide as it is environmentally , economically , in the productive and social which we can bring a little more on each of these impacts.

Finally in Chapter VII we have the conclusions and the recommendations made to the development and the knowledge obtained during the investigation.

Índice General

Contenido

DECLARATORIA.....	ii
CESIÓN DE DERECHOS.....	iii
AGRADECIMIENTO	iv
DEDICATORIA	v
RESUMEN EJECUTIVO	vi
ABSTRACT.....	viii
Indice General	x
Indice de Tablas	xviii
Indice de Figuras	xxi
Indice de Fotografías.....	xxiii
Capítulo I.....	1
Introducción	1
1.1 Antecedentes	1
1.2 Justificación.....	4
Capítulo II	6
2. Análisis situacional	6
2.1 Ambiente externo.....	6
2.1.1 Factor económico	6
2.1.1.2 Tasa de interés.....	8

2.1.1.3 Tasa activa.....	8
2.1.1.4 Tasa pasiva	10
2.1.1.5 Inflación	12
2.1.2 Factor social	14
2.1.2.1 Canasta básica	14
2.1.2.2 Población económicamente activa	15
2.1.2.3 Desempleo – ocupación fija – subempleo.....	16
2.1.2.4 Tradiciones y costumbres.....	19
2.1.3 Factor político – legal.....	20
2.1.4 Factor tecnológico.....	25
2.2 Entorno local	26
2.2.1 Clientes.....	26
2.2.2 Proveedores	26
2.2.3 Competidores	29
2.3 Análisis interno	29
2.3.1 Propuesta estratégica.....	30
2.3.1.1 Misión	30
2.3.1.2 Visión	30
2.3.1.3 Objetivos	30
2.3.1.3.1 Objetivo general.....	31
2.3.1.3.2 Objetivos específicos	31

2.3.1.4 Principios	31
2.3.1.5 Valores	32
2.3.2 Gestión administrativa	32
2.3.2.1 Organigrama estructural.....	32
2.3.2.2 Manual de funciones	33
2.3.2.3 Flujograma de selección de personal	35
2.3.2.4 Flujograma de servicio	40
2.3.2.5 Manual de funciones	42
2.3.3 Gestión operativa	43
2.3.4 Gestión comercial.....	48
2.3.4.1 Precio	48
2.3.4.2 plaza	49
2.3.4.3 promoción	49
2.3.4.4 producto	50
2.3.4.5 publicidad.....	50
2.3.4.1 nombre de la empresa	54
2.3.4.2 eslogan	54
2.3.4.3 estudio de colores del eslogan	54
2.4 Análisis foda	55
Capítulo III.....	59
3. Estudio de mercado	59

3.1 Análisis del consumidor.....	59
3.1.01 Cliente	60
3.1.02 Tipos de clientes.....	60
3.1.03 Mercado.....	60
3.1.1 Determinación de la población y muestra.....	61
3.1.1.1 población.....	61
3.1.1.2 tipos de población	61
3.1.1.3 nivel socio-económico de la población	61
3.1.1.4 ubicación geográfica.....	62
3.1.1.5 Muestra	62
3.1.1.6 tabulaciones	65
3.1.2 Técnicas de obtención de información.....	66
3.1.2.1 Métodos de investigación.....	66
3.1.2.2 Entrevistas.....	67
3.1.2.3 Encuestas	67
3.1.3 Análisis de la información	67
3.1.3.1 Formato de encuesta	69
3.1.3.2 Tabulación	72
3.2 Oferta	86
3.2.1 Oferta histórica.....	86
3.2.3 Oferta proyectada	87

3.3 Demanda	88
3.4 Demanda histórica.....	88
3.5 Demanda actual.....	89
3.6 Demanda proyectada.....	89
3.7 Demanda insatisfecha.....	90
Capítulo IV.....	91
4. Estudio técnico.....	91
4.1 Tamaño del proyecto.....	91
4.1.1 Capacidad instalada.....	92
4.1.2 Capacidad óptima.....	93
4.2 Localización	93
4.2.1 Macro localización	94
4.2.2 Micro localización.....	95
4.2.3 Localización óptima.....	95
4.3 Ingeniería del producto	97
4.3.1 Definición del bys	97
4.3.2 Distribución de planta	98
4.3.3 Proceso productivo.....	101
4.3.4 Maquinaria	115
4.3.5 Equipos.....	115
Capítulo V.....	121

5. Estudio financiero	121
5.1 Ingresos operacionales y no operacionales	121
5.1.1 MOD (mano de obra directa)	125
5.1.2 MPD (materia prima directa	127
5.1.3 CIF (costos indirectos de fabricación.....	127
5.2 Costos.....	128
5.2.1 Costo directo	128
5.2.2 Costos indirectos	129
5.2.3 Gastos.....	129
5.2.3.1 gastos administrativos.....	130
5.2.4 Costo de ventas	130
5.2.5 Costos financieros	131
5.2.6 Costos fijos y variables	131
5.2 Inversiones	133
5.2.1Inversión fija.....	134
5.2.1.1activos fijos.....	134
5.2.1.2Activos nominales (diferidos).....	135
5.2.2Capital de trabajo	135
5.2.3 AMORTIZACIÓN DE FINANCIAMIENTO (TABLAMORTIZACIÓN)	
.....	136
5.2.4Estado de situación inicial.....	139

5.2.5 Estado de resultados proyectado (a cinco años).....	140
5.3 Evaluación.....	147
5.3.1 TASA DE DESCUENTO.....	147
5.3.2 van.....	148
5.3.3 tir.....	149
5.3.4 Pri (período de recuperación de la inversión)	149
5.3.5 rbc (relación costo beneficio).....	150
5.3.6 Punto de equilibrio	151
5.3.6.1 Gráfico del punto de equilibrio	153
5.3.7 Análisis de índices financieros.....	154
Capítulo VI.....	156
6. Análisis de impactos	156
6.1 Impacto ambiental	156
6.2 Impacto económico.....	157
6.3 Impacto productivo.....	157
6.4 Impacto social.....	158
Capítulo VII	159
7. Conclusiones y recomendaciones	159
7.1 Conclusiones	159
7.2 Recomendaciones	160
Bibliografía	161

Anexos; **Error! Marcador no definido.**

Indice de Tablas

Tabla 1 TASA ACTIVA	9
Tabla 2 TASA PASIVA.....	11
Tabla 3 INFLACIÓN	13
Tabla 4 Canasta Básica	15
Tabla 5 DESEMPLEO-OCUPACIÓN- SUBEMPLEO	18
Tabla 6 CLIENTES.....	26
Tabla 7 PROVEEDORES	27
Tabla 8 COMPETIDORES	29
Tabla 9 SIMBOLOGÍA DE FLUJOGRAMAS	41
Tabla 10 MANUAL DE FUNCIONES	42
Tabla 11 OPORTUNIDADES	55
Tabla 12 AMENAZAS	56
Tabla 13 FORTALEZAS	57
Tabla 14 DEBILIDADES	58
Tabla 15 PREGUNTA 1	72
Tabla 16 PREGUNTA 2	73
Tabla 17 PREGUNTA 3	75
Tabla 18 PREGUNTA 4	76
Tabla 19 PREGUNTA 5	78
Tabla 20 PREGUNTA 6	79
Tabla 21 PREGUNTA 7	81
Tabla 22 PREGUNTA 8	82
Tabla 23 PREGUNTA 9	83

Tabla 24 PREGUNTA 10	85
Tabla 25 OFERTA HISTÓRICA	86
Tabla 26 Oferta actual	87
Tabla 27 OFERTA PROYECTADA	87
Tabla 28 DEMANDA HISTÓRICA	88
Tabla 29 DEMANDA ACTUAL	89
Tabla 30 DEMANDA PROYECTADA	89
Tabla 31 DEMANDA INSATISFECHA	90
Tabla 32 CAPACIDAD INSTALADA	92
Tabla 33 CAPACIDAD ÓPTIMA	93
Tabla 34 LOCALIZACIÓN	94
Tabla 35 LOCALIZACIÓN ÓPTIMA	96
Tabla 36 MAQUINARIA	115
Tabla 37 EQUIPO DE COMPUTACIÓN	116
Tabla 38 MUEBLES Y ENSERES	117
Tabla 39 SUMINISTROS DE OFICINA	118
Tabla 40 SERVICIOS BÁSICOS	119
Tabla 41 PUBLICIDAD Y PROMOCIÓN	119
Tabla 42 MATERIALES INDIRECTOS	120
Tabla 43 INGRESOS OPERACIONALES Y NO OPERACIONALES	123
Tabla 44 MANO DE OBRA DIRECTA	125
Tabla 45 MATERIA PRIMA DIRECTA	127
Tabla 46 COSTO DIRECTO	128
Tabla 47 COSTOS INDIRECTOS	129
Tabla 48 GASTOS DE ADMINISTRACIÓN	130

Tabla 49 GASTOS DE VENTAS	131
Tabla 50 COSTOS FINANCIEROS	131
Tabla 51 COSTOS VARIABLES	132
Tabla 52 INVERSIONES	133
Tabla 53 ACTIVOS FIJOS	134
Tabla 54 ACTIVOS DIFERIDOS	135
Tabla 55 ACTIVOS DIFERIDOS	136
Tabla 56 TABLA DE AMORTIZACIÓN	137
Tabla 57 CUADRO DE DEPRECIACIONES	138
Tabla 58 ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADO.....	141
Tabla 59 ESTADO DE RESULTADO PROYECTADO	142
Tabla 60 IMPUESTO A LA RENTA	143
Tabla 61 ESTADO DE FLUJO DE CAJA	144
Tabla 62 FLUJO DE INVERSIÓN AJUSTADO	146
Tabla 63 TASA DE DESCUENTO	147
Tabla 64 TASA INTERNA DE RETORNO	149
Tabla 65 PERÍODO DE RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN	149
Tabla 66 RELACIÓN COSTO BENEFICIO	150
Tabla 67 PUNTO DE EQUILIBRIO	151
Tabla 68 PUNTO DE EQUILIBRIO	152

Indice de Figuras

Figura 1 PIB	7
Figura 2 TASA ACTIVA.....	8
Figura 3 TASA PASIVA	10
Figura 4 INFLACIÓN.....	12
Figura 5 PEA.....	16
Figura 6 DESEMPLEO-OCUPACIÓN- SUBEMPLEO	17
Figura 7 ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL	33
Figura 8 FLUJOGRAMA DE SELECCIÓN DE PERSONAL	35
Figura 9 FLUJOGRAMA DE SELECCIÓN DE PERSONAL	36
Figura 10 FLUJOGRAMA DE SELECCIÓN DE PERSONAL	37
Figura 11 FLUJOGRAMA DE SELECCIÓN DE PERSONAL	38
Figura 12 FLUJOGRAMA DE SELECCIÓN DE PERSONAL	39
Figura 13 FLUJOGRAMA DE SERVICIO.....	40
Figura 14 UBICACIÓN GEOGRÁFICA	62
Figura 15 PREGUNTA 1	72
Figura 16 PREGUNTA 2	74
Figura 17 PREGUNTA 3	75
Figura 18 PREGUNTA 4	77
Figura 19 PREGUNTA 5	78
Figura 20 PREGUNTA 6	80
Figura 21 PREGUNTA 7	81
Figura 22 PREGUNTA 8	82
Figura 23 PREGUNTA 9	84
Figura 24 PREGUNTA 10.....	85

Figura 25 MACROLOCALIZACIÓN	94
Figura 26 MICROLOCALIZACIÓN	95
Figura 27 LOCALIZACIÓN ÓPTIMA	96
Figura 28 LOCALIZACIÓN ÓPTIMA	97
Figura 29 DISTRIBUCIÓN DE PLANTA	98
Figura 30 DISTRIBUCIÓN DE LA PLANTA.....	99
Figura 31 MATRIZ SLP	100
Figura 32 PROCESO PRODUCTIVO	101
Figura 33 LODOTERAPIA	102
Figura 34 MASAJE SUECO.....	103
Figura 35 MASAJE DE AROMATERAPIA CON PIEDRAS CALIENTES.....	104
Figura 36 MASCARILLA DE CHOCOLATE.....	106
Figura 37 MASCARILLA DE MIEL	108
Figura 38 BAÑOS DE CAJÓN	110
Figura 39 YOGA PRENATAL.....	112
Figura 40 MASAJE CIRCULATORIO PARA MUJERES EMBARAZADAS	114
Figura 41 GRÁFICO DE PUNTO DE EQUILIBRIO	153

Índice de Fotografías

Fotografías 1 Día de los Difuntos	19
Fotografías 2 FIESTAS TRADICIONALES DE CALDERÓN.....	20
Fotografías 3 ARTESANÍAS DE MAZAPÁN	20
Fotografías 4 LODOTERAPIA CORPORAL	43
Fotografías 5 LODOTERAPIA FACIAL	43
Fotografías 6 MASAJE SUECO	44
Fotografías 7 □ MASAJE DE AROMATERAPIA CON PIEDRAS CALIENTES 45	
Fotografías 8 □ MASCARILLA DE CHOCOLATE.....	45
Fotografías 9 MASCARILLA DE MIEL.....	46
Fotografías 10 BAÑOS DE CAJÓN.....	46
Fotografías 11 YOGA PRENATAL	47
Fotografías 12 MASAJE CIRCULATORIO	48
Fotografías 13 13 FLYER.....	50
Fotografías 14 TARJETA DE PRESENTACIÓN.....	51
Fotografías 15 TRÍPTICO.....	52
Fotografías 16 TRÍPTICO.....	53

Capítulo I

Introducción

1.1 Antecedentes

La historia de los SPA, nace en el siglo XVI. Más bien, en la ciudad de SPA, en Bélgica (el término SPA, proviene del latín, *Salutem Per Acqua* “Salud por medio del agua”); En aquella ciudad, existía una fuente de agua, la cual era termal, que se dio a conocer por todo el mundo por lo curativas que eran sus aguas frente a diversas dolencias físicas. El médico personal del Rey Enrique VIII, de Inglaterra, promocionó la fuente de SPA, como un centro terapéutico que llegaba a producir un rejuvenecimiento, en quien se zambullía en sus aguas. De igual manera, Pedro El Grande, zar de Rusia y Enrique de Prusia, visitaron las aguas termales, de la ciudad de SPA.

Es así, como otras fuentes termales de Europa, comenzaron a llamarse SPA, en una manera de promocionarse, en virtud de las aguas termales, de la ciudad belga.

Claro, que hoy en día, la mayoría de los SPA modernos, no ofrecen terapias con aguas termales, sino que sólo con agua potable. Con aquella que sale de los

grifos y alcantarillas públicas. La diferencia no es menor, ya que el agua de la llave, es absolutamente normal, en cambio la termal, es un agua mineral, con propiedades terapéuticas de corte medicinal. (Mis Respuestas, 2014)

Desde entonces a los SPA también se los conoce como CENTROS DE RELAJACIÓN, el donde tiene como agregación ser ANCESTRALES por el motivo de que en ellos encontraremos terapias naturales establecidas como los de nuestros ancestros.

Dando a conocer que el stress se ha convertido en una enfermedad común en el Ecuador por la presión en los trabajos y en los hogares el cual afecta directamente a su comportamiento mental y físico de las personas, un reciente estudio desarrollado por la Asociación Americana de Psicología afirmó que el 39% de las personas entre 18 y 33 años se declaran estresados. (Chile, 2014)

Por este motivo en las personas empresarias se ha detectado un gran número de que pierden su trabajo, hay divorcios y hasta llegan a suicidarse, en cambio en los jóvenes se da a conocer como una ansiedad, depresión emocional en donde también pueden llegar a suicidarse, perdiendo totalmente el control de ellos.

En cuanto a otros grupos etarios, el estudio señala que la llamada Generación X (entre 34 y 43 años) manifestó sufrir de estrés en el 36% de los casos, mientras que en los Baby Bombers (entre 44 y 66 años) llegó al 33%. Los mayores de 67 años al parecer son los que viven más tranquilos, pues sólo un 29% indicó sentir presión en el cumplimiento de sus responsabilidades. (Chile, 2014)

Uno de los más grandes beneficios del Centro De Relajación Ancestral es que ayuda a la descanso del cuerpo y de la mente que va acompañada de lo físico de la

persona que es la gran presencia que da ante el mundo laboral, personal, familiar, etc. Más allá de lo que encontrara en el Centro De Relajación Ancestral es la ayuda necesaria para poder desenvolverse mucho mejor en su vida diaria.

Adicionalmente se contara con YOGA PRENATAL que ayuda a la concentración y meditación del cuerpo, la mente y el espíritu de las mujeres embarazadas, esto ayuda al estiramiento muscular, a la adecuada respiración, les ayuda a dormir mejor, reduce el nivel de riesgo al momento de dar a luz, como también ayuda a controlar los malestares del embarazo, entre otras.

El Centro De Relajación Ancestral se diferencia en que nuestros tratamientos son naturales como es el baño de barro, las mascarillas de chocolate que ayudara a los clientes en la relajación de la mente, cuerpo y embellecimiento de la piel, los baños de cajón que ayudaran a la circulación correcta de la sangre en nuestro cuerpo, el sauna, mascarillas de miel pura, masajes corporales como son el sueco o también aromaterapias, etc. Tendrán gran beneficios para cada uno de los clientes.

Cabe recalcar que en el sector de Calderón donde se encontrara el Centro De Relajación Ancestral es un lugar turístico reconocido por sus artesanías de mazapán y en madera el cual los turistas admiran, también es muy visitado por tener un clima templado y seco el cual es ideal para los visitantes.

Actualmente, la parroquia de Calderón no cuenta con un Centro De Relajación Ancestral que tengan las instalaciones adecuadas para desarrollar este tipo de actividad; lo cual me impulsa a la creación del Centro De Relajación Ancestral en el sector, que responda a las exigencias del mercado y además

constituye una solución para todas las personas que desean tener en buen estado de salud y belleza corporal.

Aquí tomaremos en cuenta lo que es el mercado turístico y de servicio ya que es uno de los componentes que está implementando el gobierno actual, en que nuestro país se ha dado a conocer a nivel mundial, por este motivo El Centro De Relajación Ancestral será especializado para dar un servicio de calidad para los turistas extranjeros como nacionales provenientes de otras provincias del Ecuador.

1.2 Justificación

Teniendo presente el PLAN NACIONAL DEL BUEN VIVIR 2013-2017 en el cual el Objetivo 3. Mejorar la calidad de vida de la población se refiere a “Diseñar e implementar mecanismos integrales de promoción de la salud para prevenir riesgos durante todo el ciclo de vida, con énfasis sobre los determinantes sociales de salud.” (Plan Nacional del Buen Vivir 2013-2017, 2013)

El estudio de la implementación del Centro De Relajación Ancestral tendrá la referencia de prevenir los riesgos del stress el cual ayudaría a cumplir con el objetivo 3 del PLAN NACIONAL DEL BUEN VIVIR,

Estableciendo que el Objetivo 9. Garantizar el trabajo digno en todas sus formas “Impulsar actividades económicas que permitan generar y conservar trabajos dignos, y contribuir a la consecución del pleno empleo priorizando a los grupos históricamente excluidos” (Plan Nacional del Buen Vivir 2013-2017, 2013)

Aquí estableceremos una fuente de trabajo para cada una de las personas que tienen necesidades en el cual obtendrán todos los beneficios establecidos por la ley y ser reconocidos habitualmente por su gran esfuerzo en su sitio laboral.

La idea de este estudio surge de la necesidad del individuo por la afectación de cuestiones de stress, ya que muchos de ellos se ven perturbados por un ritmo de vida acelerado producto de la alta competitividad, así como también por la contaminación ambiental y el trabajo mental al que son sometidos día a día.

La población está tomando cada vez más conciencia de la importancia de la imagen personal para triunfar en un mundo altamente competitivo y de los tratamientos relajantes que provocan reacciones biológicas, metabólicas, psicológicas y sociales beneficiosas para un mejor desenvolvimiento.

Así, la imagen puede imponer un carácter o expresar una nueva idea, ya que es el reflejo que las personas. El Centro De Relajación Ancestral prestará servicios a hombres y mujeres, lo que permite que todos tengan la oportunidad de reducir su alto nivel de stress.

Brindando la oportunidad de trabajo para las personas que necesitan aportar con recursos para su hogar, con esto estudio tendría el beneficio de mantener un puesto de trabajo estable e innovar a las personas en tener un cuidado especial para cada uno de ellos tanto en la salud como en lo físico.

Capítulo II

2. Análisis situacional

2.1 Ambiente externo

El Ambiente Externo estudia elementos que son difíciles o imposibles de controlar, por lo que la organización debe tener conocimiento de ellos para aprovecharlos o en su defecto reducir su impacto. (Rosas, 2011)

- Es donde se estudia los elementos difíciles o imposibles de controlar y es donde la empresa tiene que tener conocimiento de cada uno de ellos para saber aprovechar o disminuir su impacto.

2.1.1 Factor económico

Son cambios económicos que pueden generar oportunidades o amenazas para los administradores; cuando la economía pasa por un buen momento, las empresas aprovechan la creciente demanda de productos o servicios para disponer de recursos que les permitan crecer o expandirse. De lo contrario cuando la economía pasa por

una crisis, caso de las recesiones, la demanda disminuye aumentando el desempleo y disminuyendo las utilidades. (Rosas, 2011)

- Se refiere al cambio del aumento o disminución de la demanda de un país generando oportunidades o amenazas para las empresas.

2.1.1.1 PIB

Es un indicador representativo que ayuda a medir el crecimiento o decrecimiento de la producción de bienes y servicios de las empresas de cada país, únicamente dentro de su territorio. Este indicador es un reflejo de la competitividad de las empresas. (CLUB PLANETA, 2010)

Figura N° 1 PIB

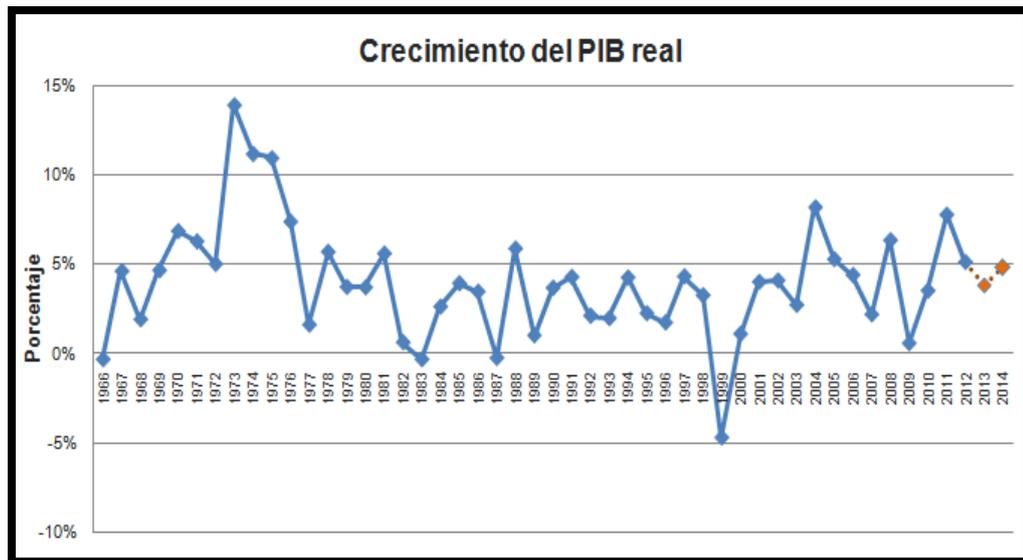


Figura 1 PIB

Fuente: (HIDALGO, 2014)

- Se ha llegado a estimar que para el año 2014 el PIB crecerá a un 4.5% y 5.1% ya que los sectores han incrementado su producción y se podrá exportar.

2.1.1.2 Tasa de interés

La tasa de interés es el precio del dinero, el cual se debe pagar o cobrar por tomarlo prestado o cederlo en préstamo en una situación determinada. (Jonathan, 2011)

2.1.1.3 Tasa activa

Es el porcentaje que las instituciones bancarias, de acuerdo con las condiciones de mercado y las disposiciones del Banco Central, cobran por los diferentes tipos de servicios de crédito (comercial, consumo, vivienda y microcrédito). Son activas porque son recursos a favor de la banca. (DNE/SES)

Figura N° 2 TASA ACTIVA

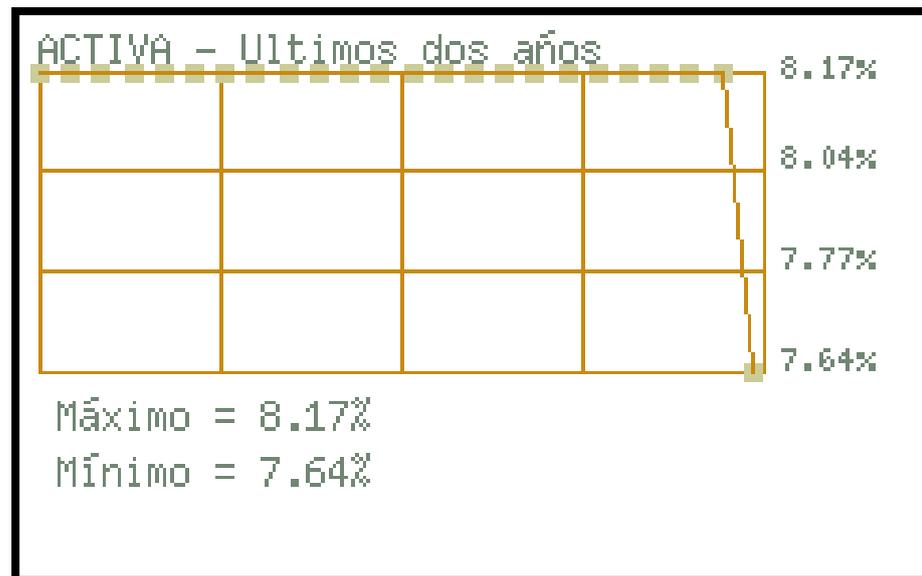


Figura 2 TASA ACTIVA

Fuente: Banco Central Del Ecuador

Tabla N° 1 TASA ACTIVA

Tabla 1 TASA ACTIVA

FECHA	VALOR
Mayo-31-2014	7.64 %
Abril-30-2014	8.17 %
Marzo-31-2014	8.17 %
Febrero-28-2014	8.17 %
Enero-31-2014	8.17 %
Diciembre-31-2013	8.17 %
Noviembre-30-2013	8.17 %
Octubre-31-2013	8.17 %
Septiembre-30-2013	8.17 %
Agosto-30-2013	8.17 %
Julio-31-2013	8.17 %
Junio-30-2013	8.17 %
Mayo-31-2013	8.17 %
Abril-30-2013	8.17 %
Marzo-31-2013	8.17 %
Febrero-28-2013	8.17 %

	Enero-31-2013	8.17 %	
	Diciembre-31-2012	8.17 %	
	Noviembre-30-2012	8.17 %	
	Octubre-31-2012	8.17 %	
	Septiembre-30-2012	8.17 %	
	Agosto-31-2012	8.17 %	
	Julio-31-2012	8.17 %	
Fuente: Banco Central	Junio-30-2012	8.17 %	Del Ecuador

- ✓ Observamos que en mayo 2014 se obtuvo un 7.64% ya que el riesgo país no tuvo aumento alguno y por ende se tiene la oportunidad de tener más créditos.

2.1.1.4 Tasa pasiva

Es la tasa de interés que el depositante cobra, o sea, lo que el Banco o institución financiera paga a los que realizan los depósitos. (Candia, 2011)

Figura N° 3 TASA PASIVA



Figura 3 TASA PASIVA

Fuente: Banco Central del Ecuador

Tabla N° 2 TASA PASIVA**Tabla 2 TASA PASIVA**

FECHA	VALOR
Junio-30-2014	5.19 %
Mayo-31-2014	5.11 %
Abril-30-2014	4.53 %
Marzo-31-2014	4.53 %
Febrero-28-2014	4.53 %
Enero-31-2014	4.53 %
Diciembre-31-2013	4.53 %
Noviembre-30-2013	4.53 %
Octubre-31-2013	4.53 %
Septiembre-30-2013	4.53 %
Agosto-30-2013	4.53 %
Julio-31-2013	4.53 %
Junio-30-2013	4.53 %
Mayo-31-2013	4.53 %
Abril-30-2013	4.53 %
Marzo-31-2013	4.53 %
Febrero-28-2013	4.53 %
Enero-31-2013	4.53 %

Diciembre-31-2012	4.53 %
Noviembre-30-2012	4.53 %
Octubre-31-2012	4.53 %
Septiembre-30-2012	4.53 %
Agosto-31-2012	4.53 %
Julio-31-2012	4.53 %

Fuente: Banco Central Del Ecuador

- ✓ El 5.19% del 2014 genera un ahorro el cual permite que las empresas puedan generar más ingresos siendo una oportunidad para las mismas.

2.1.1.5 Inflación

Es el aumento de los precios de bienes y servicios que se encuentran en el mercado para su consumo o para ser utilizados en un tiempo determinado.

(MÓRTOLA, 2012)

Figura 4 INFLACIÓN



Fuente: Banco Central del Ecuador

Tabla 3 INFLACIÓN

FECHA	VALOR
Abril-30-2014	0.30 %
Marzo-31-2014	0.70 %
Febrero-28-2014	0.11 %
Enero-31-2014	0.72 %
Diciembre-31-2013	0.20 %
Noviembre-30-2013	0.39 %
Octubre-31-2013	0.41 %
Septiembre-30-2013	0.57 %
Agosto-31-2013	0.17 %
Julio-31-2013	-0.02 %
Junio-30-2013	-0.14 %
Mayo-31-2013	-0.22 %
Abril-30-2013	0.18 %
Marzo-31-2013	0.44 %
Febrero-28-2013	0.18 %
Enero-31-2013	0.50 %
Diciembre-31-2012	-0.19 %
Noviembre-30-2012	0.14 %
Octubre-31-2012	0.09 %

Septiembre-30-2012	1.12 %
Agosto-31-2012	0.29 %
Julio-31-2012	0.26 %
Junio-30-2012	0.18 %
Mayo-31-2012	-0.19 %

Fuente: Banco Central del Ecuador

- ✓ Notamos que en el año 2014 ha disminuido un 0.30% en cual observamos que tenemos un bajo nivel de costo sea de bienes o servicios en el mercado.

2.1.2 Factor social

Son todas las actividades, expectativas, inteligencia de cada uno de los seres humanos que forman parte de una sociedad, el cual es de gran importancia ya que ellos no podríamos realizar la toma de decisiones para el bienestar de la empresa.
(FRANCISCO, 2010)

2.1.2.1 Canasta básica

Es un conjunto de alimentos de gran necesidad para la población para satisfacer sus necesidades de acuerdo con sus ingresos obtenidos.

Tabla 4 Canasta Básica

MES	Canasta Básica (a)	Variación Mensual	Ingreso Mensual Familiar (b)	Restricción en el consumo (a) - (b)
ene-13	601 ,61	0,99%	593,6	8,01
feb-13	602.07	0.08%	593.60	8.47
mar-13	604.25	0.36%	593.60	10.66
abr-13	605.52	0.21%	593.60	11.92
may-13	605.92	0.07%	593.60	12.32
jun-13	606.29	0.06%	593.60	12.69
jul-13	606.48	0.03%	593.60	12.88
ago-13	609.57	0.51%	593.60	15.97
sep-13	612.05	0.41%	593.60	18.45
oct-13	614.01	0.32%	593.60	20.41
nov-13	617.54	0.57%	593.60	23.94
dic-13	620.86	0.54%	593.60	27.26
ene-14	628.27	1.19%	634.67	-6.40

Fuente: INEC – ECUADOR EN CIFRAS 2014

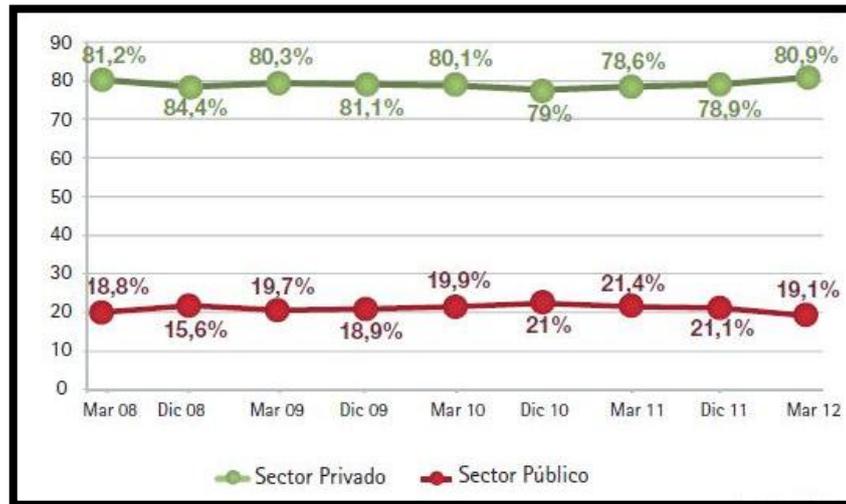
Elaborado por: Johanna Chungandro

- ✓ Se observa que en enero del presente año la canasta básica familiar costó \$ 628.27 en cual ha crecido 1.19% a comparación del mes anterior por este motivo hay un exceso de \$ 6.40 sobre los ingresos de las familias.

2.1.2.2 Población económicamente activa

Conjunto de personas de más de 12 años que desempeñan una ocupación, o Bien, si no la tienen, la buscan activamente. Llámese así a la parte de la población total que participa en la producción económica. (ECO-FINANZAS, 2013)

Figura 5 PEA



Fuente: EL PORTAL DE NEGOCIOS DE ECUADOR

- ✓ Aquí observamos que el INEC revela que el 80.9% de la población trabaja en el sector privado y que tan solo el 19.1% de la demás población trabajo en el sector público, es así que se mantiene una oportunidad de trabajo.

2.1.2.3 Desempleo – ocupación fija – subempleo

El desempleo.- es el ocio involuntario de una persona que desea encontrar trabajo, Situación en la que se encuentran las personas que teniendo edad, capacidad y deseo de trabajar y no pueden conseguir un puesto de trabajo viéndose sometidos a una situación de paro forzoso. (Leider, 2011)

Subempleo.- se utiliza para indicar el empleo es inadecuado, en relación con normas específicas o empleos alternativos de acuerdo con sus calificaciones. (Leider, 2011)

Ocupación.- es la concreción de una serie de tareas a cambio de una retribución pecuniaria denominada salario. (Leider, 2011)

Figura N° 6 DESEMPLEO-OCUPACIÓN- SUBEMPLEO

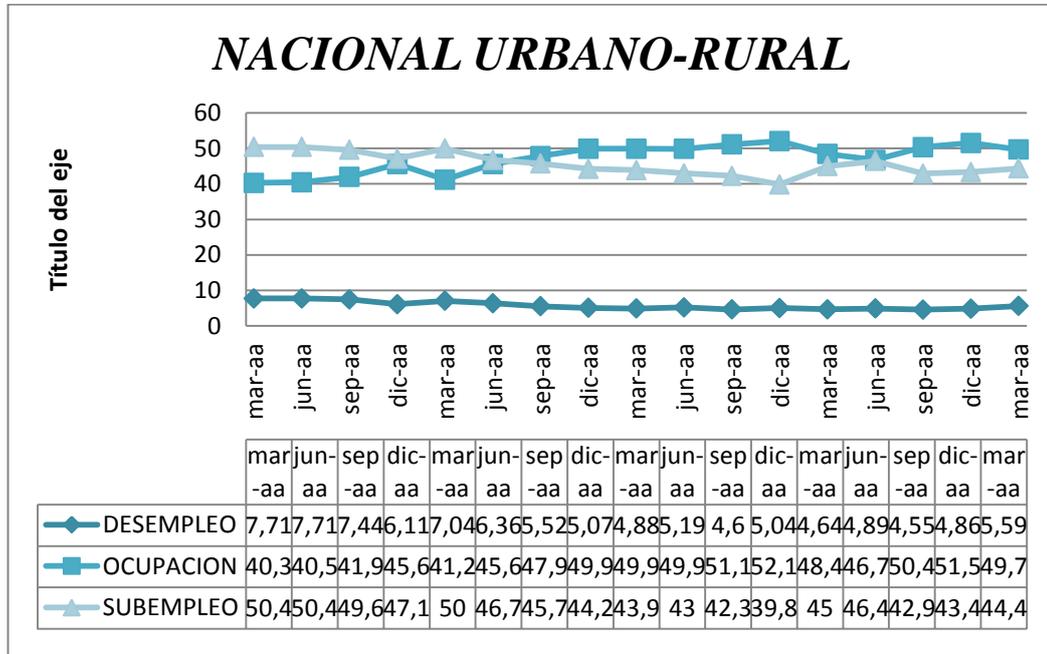


Figura 6 DESEMPLEO-OCUPACIÓN- SUBEMPLEO

Fuente: INEC “Encuesta Nacional de DESEMPLEO, OCUPACION. SUBEMPLEO”

Elaborado por: Johanna Chungandro

Tabla N° 6 DESEMPLEO-OCUPACIÓN-SUBEMPLEO

Tabla 5 DESEMPLEO-OCUPACIÓN- SUBEMPLEO

FECHA	DESEMPLEO	OCUPACIÓN	SUBEMPLEO
mar-10	7,71	40,26	50,42
jun-10	7,71	40,46	50,42
sep-10	7,44	41,94	49,6
dic-10	6,11	45,6	47,13
mar-11	7,04	41,19	49,97
jun-11	6,36	45,59	46,74
sep-11	5,52	47,85	45,71
dic-11	5,07	49,9	44,22
mar-12	4,88	49,91	43,9
jun-12	5,19	49,86	42,96
sep-12	4,6	51,12	42,28
dic-12	5,04	52,07	39,83
mar-13	4,64	48,41	45,01
jun-13	4,89	46,74	46,43
sep-13	4,55	50,37	42,88
dic-13	4,86	51,51	43,35
mar-14	5,59	49,67	44,38

Fuente: INEC "Encuesta Nacional de DESEMPLEO, OCUPACION.
SUBEMPLEO"

Elaborado por: Johanna Chungandro

- ✓ Observamos que en el DESEMPLEO Y SUBEMPLEO nos muestra que no todos ejercen en su profesión y por este motivo quedan desempleados, por otra parte la OCUPACIÓN se nota que ha disminuido este año por lo tanto no todas las personas tienen un trabajo estable.

2.1.2.4 Tradiciones y costumbres

La comunidad de Calderón está ubicada a 15 Km del norte de Quito, tiene 85.000 habitantes en el sector y es un lugar de clima templado donde es visitado por varios turistas nacionales e internacionales, se los conoce por sus tradiciones, costumbres y por cómo se relacionan con las demás personas. (AQUICITO, 2014)

- ✓ Por ser un sector en donde es visitada por turistas nacionales como internacionales y por ser destacados en su elaboración de artesanías de mazapán, en celebrar el día de los difuntos y por sus fiestas de Parroquialización es donde tendremos una oportunidad para nuestro centro de relajación ancestral ya que contaremos con personas de afuera de la ciudad y claro del país.

Fotografías N° 1 DÍA DE LOS DIFUNTOS



Fotografías 1 Día de los Difuntos

Fuente: Día de los difuntos Calderón Tradiciones

Fotografías N° 2 FIESTAS TRADICIONALES DE CALDERÓN



Fotografías 2 FIESTAS
TRADICIONALES DE CALDERÓN

Fuente: Fiestas Tradicionales de Calderón Tradiciones

Fotografía N° 3 ARTESANÍAS DE MAZAPÁN



Fotografías 3 ARTESANÍAS DE
MAZAPÁN

Fuente: Artesanías de Mazapán de Calderón Tradiciones

2.1.3 Factor político – legal

Consiste en leyes, dependencias del gobierno y grupos de presión. Las leyes de protección al consumidor, las normas sanitarias, las normas ISO, las

organizaciones de defensa del consumidor, mayor énfasis en la ética y la responsabilidad social de la empresa. (SLIDESHARE, 2013)

POLÍTICO:

Teniendo presente el PLAN NACIONAL DEL BUEN VIVIR 2013-2017 en el cual el Objetivo 3. Mejorar la calidad de vida de la población se refiere a “Diseñar e implementar mecanismos integrales de promoción de la salud para prevenir riesgos durante todo el ciclo de vida, con énfasis sobre los determinantes sociales de salud.” (Plan Nacional del Buen Vivir 2013-2017, 2013)

El estudio de la implementación del centro de relajación ancestral tendrá la referencia de prevenir los riesgos del estrés el cual ayudaría a cumplir con el objetivo 3 del PLAN NACIONAL DEL BUEN VIVIR,

Estableciendo que el Objetivo 9. Garantizar el trabajo digno en todas sus formas “Impulsar actividades económicas que permitan generar y conservar trabajos dignos, y contribuir a la consecución del pleno empleo priorizando a los grupos históricamente excluidos” (Plan Nacional del Buen Vivir 2013-2017, 2013)

LEGAL:

- **RUC:** corresponde a un número de identificación para todas las personas naturales y sociedades que realicen alguna actividad económica en el Ecuador, en forma permanente u ocasional o que sean titulares de bienes o derechos por los cuales deban pagar impuestos. (SRI, 2014)

Sociedades privadas:

- Formulario RUC-01-A y RUC -01-B suscritos por el representante legal

-
- Original y copia, o copia certificada de la escritura pública de constitución o domiciliación inscrita en el Registro Mercantil
 - Original y copia, o copia certificada de la escritura pública de constitución inscrita en el Registro Mercantil
 - Original y copia, o copia certificada, de la escritura pública o del contrato social otorgado ante notario o juez.
 - Copia del acuerdo ministerial o resolución en el que se aprueba la creación de la organización no gubernamental sin fin de lucro.
 - Original y copia, o copia certificada del nombramiento del representante legal inscrito en el Registro Mercantil.
 - Original y copia, o copia certificada del nombramiento del representante legal, notariado y con reconocimiento de firmas.
 - Original y copia del nombramiento del representante legal avalado por el organismo ante el cual la organización no gubernamental sin fin de lucro se encuentra registrada: Ministerios o TSE
 - Original y copia de la hoja de datos generales otorgada por la Super. de Compañías

Identificación del representante legal y gerente general:

- Ecuatorianos: copia de la cédula de identidad y presentar el certificado de votación del último proceso electoral.
- Extranjeros residentes: copia de la cédula de identidad, si no tuvieron cédula presentan copia del pasaporte con hojas de identificación y tipo de visa 10 vigente.

- Extranjeros no residentes: copia del pasaporte con hojas de identificación y tipo de visa 12 vigente. (IBC, 2013)
- **OBTENCIÓN DE PATENTE:** Toda persona natural o jurídica que ejerza habitualmente actividades comerciales, industriales y/o financieras dentro del cantón, está obligada a obtener su registro de patente municipal. Igual obligación tendrán incluso aquellas personas exentas por ley, del pago del impuesto de patentes. (CIUDADANOS, 2014)
- **No están obligadas a obtener registro de patente municipal, las personas que se hallen en el libre ejercicio profesional.**
 - Formulario de declaración de patente municipal debidamente lleno y suscrito por el representante legal.
 - Copia de cédula y certificado de votación de las últimas elecciones del representante legal.
 - Copia de la escritura protocolizada de constitución de la persona jurídica (en el caso de las empresas nuevas).
 - Copia del nombramiento del representante legal.
 - Copia del RUC (TRIBUTARIA, 2012)
- **OBTENCIÓN DEL LUAE:** es el acto administrativo único con el que el MDMQ autoriza al titular el desarrollo de actividades económicas en un establecimiento ubicado en el territorio del DMQ. (CIUDADANOS, 2014)
 - Formulario único de solicitud de LUAE.
 - Copia de RUC.
 - Copia de cédula de identidad del Representante Legal.
 - En caso de persona jurídica, copia del nombramiento del representante legal.

Requisitos Adicionales, si el caso lo requiere:

- Artesanos: Calificación Artesanal de la Junta Nacional de la Defensa de Artesanos o MIPRO.
- En caso de no ser local propio: Autorización del dueño del predio para colocar el rótulo.
- En caso de propiedad horizontal: Autorización de la Asamblea de Copropietarios o del Administrador como representante legal.
- En caso de rótulo existente: Dimensiones y fotografía de la fachada del local.
- En caso de rótulo nuevo: Dimensiones y esquema gráfico de cómo quedará el rótulo.

- **PERMISO DE BOMBEROS:** se emite a todo local previo a la aprobación de su funcionamiento. Se otorga de acuerdo según el tipo de actividad y riesgo:

Tipo A

- Empresas, industrias, fábricas, bancos, edificios, plantas de envasado, hoteles de lujo, centros comerciales, plantas de lavado, cines, bodegas empresariales, supermercados, comisariatos, clínicas, hospitales, escenarios permanentes.

Tipo B

- Aserraderos, lavanderías, centros de acopio, gasolineras, mecánicas, lubricadoras, hoteles, moteles, hostales, bares, discotecas, casinos, bodegas de víveres.

Tipo C

- Almacenes en general, funerarias, farmacias, boticas, imprentas, salas de belleza, ferreterías, picanterías, restaurantes, heladerías, cafeterías, panaderías, distribuidoras de gas, juegos electrónicos, vehículos repartidores de gas, tanqueros de líquidos inflamables, locales de centros comerciales.
 - Solicitud de inspección del local
 - Informe favorable de la inspección
 - Copia del RUC; y
 - Copia de la calificación artesanal (artesanos calificados). (MAGICO, 2013)

2.1.4 Factor tecnológico

Son las nuevas tecnologías el cual crean oportunidades y mercados nuevos, las empresas que no prevean los cambios tecnológicos se encontraran con que sus productos son obsoletos.

- ◆ Contaremos con un SOFTWARE especializado para cada uno de los movimientos financieros del centro de relajación ancestral, como también para los turnos que deseen los clientes.
- ◆ Tendremos computadoras e impresoras, de último modelo con la mejor calidad posible.
- ◆ Cámaras de seguridad
- ◆ Internet / TV Cable

2.2 Entorno local

2.2.1 Clientes

Es la persona, empresa u organización que adquiere o compra de forma voluntaria productos o servicios que necesita o desea para sí mismo, para otra persona o para una empresa u organización; por lo cual, es el motivo principal por el que se crean, producen, fabrican y comercializan productos y servicios.

(THOMPSON, 2010)

Tabla 6 CLIENTES

NOMBRES	DESCRIPCIÓN
* Personas de 18 o más.	* Tanto como mujeres y hombres
TOTAL	506.748 / 85.000 Habitantes

Elaborado por: Johanna Chungandro

- ✓ Claramente mis clientes serán toda la población de Calderón que en total son 506.748 habitantes.

2.2.2 Proveedores

Proveedor es la persona o empresa que abastece con algo a otra empresa o a una comunidad. El término procede del verbo proveer, que hace referencia a suministrar lo necesario para un fin. Son proveedores aquellos que proveen o abastecen, o sea que entregan bienes o servicios a otros. (FOSADO, 2011)

Tabla N° 7 PROVEEDORES

Tabla 7 PROVEEDORES

EMPRESAS	DESCRIPCIÓN	DIRRECCIÓN	TELÉFONOS
	Impresoras	Av.10 De Agosto N19-86 Y Rio De Janeiro <u>Quito, Pichincha, E</u> <u>cuador</u>	(593) (2) 2555-212
	Monitores/ SOFTWARE/PC	Av. 12 de Octubre y Francisco Salazar esquina Edificio Plaza 2000 Piso 10	(5932) 2-990-500 Fax: (5932) 2-990-599
	Línea telefónica / Internet	Av. Padre Luis Vacarí y Giovanni Calles junto al Aki de Carapungo	2010-133
	Luz para todo el Centro de relajación Ancestral	Av. 10 de Agosto y Bartolomé de las Casas	(+593) 02-3964-700
	Instalaciones de agua potable.	Mariana de Jesús entre Alemania e Italia	1800-242424 02-299-4400 08-299-5800
	Muebles para la recepción.	Alborada 6ta etapa Mz. 623 V. 1 diagonal al C.C "La Rotonda"	2920-632 099195446

	Teléfonos inalámbricos.	Av. Carlos Julio Arosemena Km 4 Guayaquil, Guayas, Ecuador	04-3702-333 04-2201-052
	Televisor LED	Av. 6 de Diciembre y Av. Naciones Unidas (Quicentro Shopping).	(02)2-244-109
	Sistema de alarma.	De las Avellanas s/n y de los Cipreses	(593-2) 3960 - 000
	Nos otorgan Toallas 100% algodón.	Panamericana Norte, km 61/2 calle F lote 1C. S/N	(593-3) 2434-105 2434-137 2434-109
	Extintores de Seguridad e alarmas de incendios y robos.	Av. América N17-207 y Santiago-Ed. Miguel de Santiago	2229-444 2221-479 0987178283
	Espejos, muebles para baños, accesorios para baños, sanitarios, extractores de aire, botiquines, batas de baño.	Av. 10 de Agosto entre Mariana de Jesús y Cuero Caicedo	2232-875
	Ventiladores, Iluminación.	Av. 10 de Agosto entre Mariana de Jesús y Cuero Caicedo	2232-875

Elaborado por: Johanna Chungandro

2.2.3 Competidores

Son empresas o personas que poseen los mismos productos o servicio y pueden satisfacer la necesidad de la población

Tabla N° 8 COMPETIDORES

Tabla 8 COMPETIDORES

EMPRESA	DESCRIPCIÓN	DIRRECCIÓN	TELÉFONOS
Peluquería Olguita UNISEX	Arreglo de uñas de manos y pies, cortes de cabello, etc.	Centro de Calderón (frente a Call Center)	2-268-596
Peluquería Luz de Vida S.A	Todo en belleza incluido mini spa de un solo tratamiento.	Centro de Calderón (panamericana norte entre el calzado Vicky y Pollos Broster)	2-348-152 2-695-894

Elaborado por: Johanna Chungandro

2.3 Análisis interno

Se basa en establecer su estrategia en los recursos de la propia empresa, es decir sus recursos y sus capacidades. Teniendo en cuenta que el mercado está cambiando continuamente, las empresas deben estar adaptándose a estos cambios, se deben diferenciar y hacer cosas distintas, y para ello hay que basarse en la

innovación y el cambio a partir del profundo conocimiento de los recursos con los que se cuenta. (ZENALMOR, 2013)

2.3.1 Propuesta estratégica

2.3.1.1 Misión

Es el motivo, propósito, fin o razón de ser de la existencia de una empresa y organización. (GUILLERMO, 2012)

- Brindar un tiempo de relajación mental y corporal, mediante tratamientos con un personal totalmente capacitado con el propósito de satisfacer cada una de las necesidades de los clientes.

2.3.1.2 Visión

Es una exposición clara que indica hacia donde se dirige la empresa a largo plazo y en que se deberá convertir, tomando en cuenta el impacto de las nuevas tecnologías, de las necesidades y expectativas cambiantes de los clientes, de la aparición de nuevas condiciones del mercado, etc. (GUILLERMO, 2012)

- Llegar a ser líder en el sector de relajación a nivel provincial brindando un servicio de calidad que mejore la salud de los clientes obteniendo la satisfacción de haber cumplido con cada una de sus necesidades.

2.3.1.3 Objetivos

Se lo puede definir como una meta o propósito que se desea alcanzar en un tiempo determinado con la inversión de ciertos recursos. (GON, 2014)

2.3.1.3.1 Objetivo general

Es el planteamiento general del resultado esperado al concluir el plazo fijado para la ejecución del Plan del proyecto. Estos planteamientos generales deben ser verificables aunque no siempre deben ser medibles. (ACEVEDO, 2011)

- Diseñar un estudio de factibilidad para la creación de un centro de relajación ancestral utilizando técnicas administrativas, financieras y legales para el buen manejo del centro de relajación ancestral.

2.3.1.3.2 Objetivos específicos

Es el resultado específico a alcanzar correspondiente a una actividad determinada en términos que permitan medirlo. (ACEVEDO, 2011)

- ✓ Realizar un estudio de mercado para conocer la aceptación del servicio del centro de relajación ancestral en el sector de Calderón, aplicando encuestas.
- ✓ Evaluar mediante indicadores económicos y financieros que factibilidad y sostenibilidad tendrá el proyecto basándonos en el VAN y la TIR.
- ✓ Determinar el nivel de inversión que obtendrá el centro de relajación ancestral en el sector de Calderón.

2.3.1.4 Principios

Son normas o ideas fundamentales que rigen el pensamiento o la conducta de los integrantes de un grupo humano., y en suma se busca que todos los miembros de la organización internalicen y vivan en armonía. (UNIDADES TECNOLOGICAS DE SANTANDER, 2013)

-
- Trabajar en equipo previamente establecidos sus puestos de trabajo.
 - Se deberá estar consiente en la puntualidad que la empresa otorga.
 - Tener su puesto de trabajo previamente limpio antes de cada sesión de relajación con los clientes.
 - Utilizar correctamente el uniforme dado al personal.

2.3.1.5 Valores

Son el reflejo del comportamiento humano basado en los principios.

(UNIDADES TECNOLOGICAS DE SANTANDER, 2013)

Tolerancia

- ✓ valorar a las demás personas por lo que son, aceptándolas tal y como son.

Honestidad

- ✓ ser transparentes para que se logre el propósito establecido.

Respeto

- ✓ aceptar a las personas sin condiciones.

Solidaridad

- ✓ actuando con disponibilidad para ayudar a las demás personas.

2.3.2 Gestión administrativa

2.3.2.1 Organigrama estructural

- Presentan solamente la estructura de la organización.

Figura N° 7 ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL

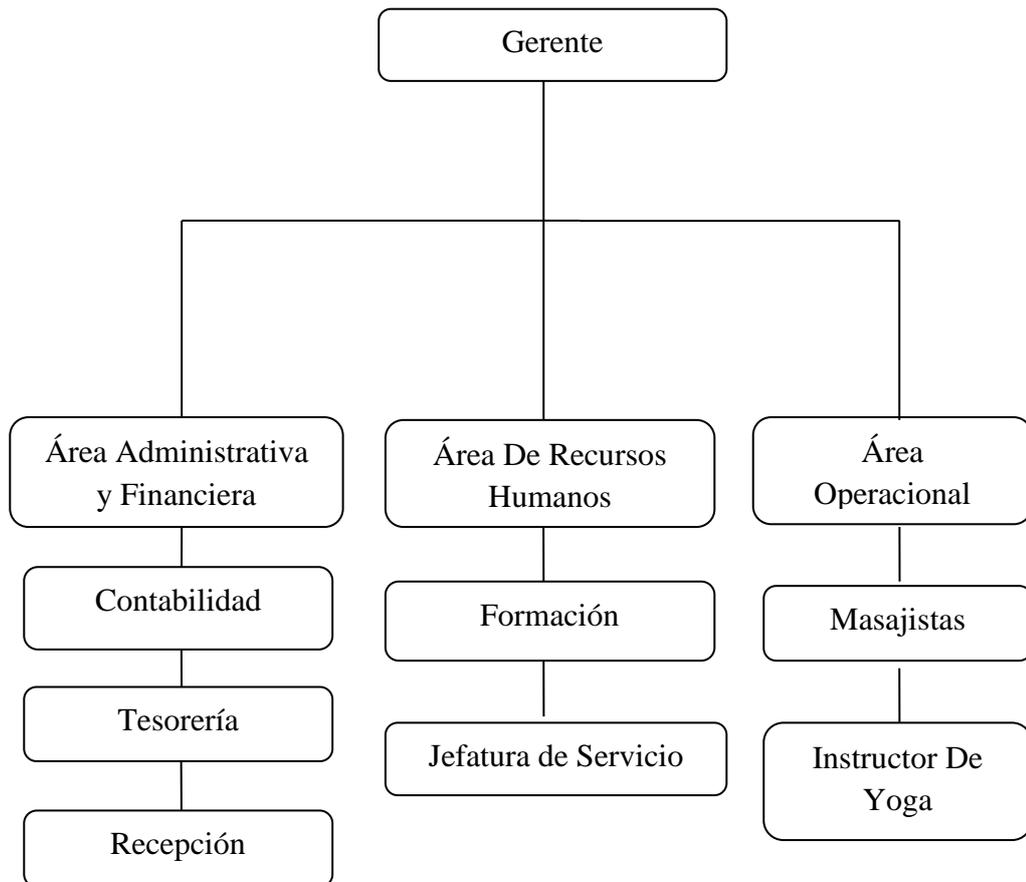


Figura 7 ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL

Elaborado por: Johanna Chungandro

2.3.2.2 Manual de funciones

- Muestran las principales funciones de cada departamento.

GERENTE GENERAL

- ✚ Tiene que ser líder en el cargo asignado.
- ✚ Estará encargado de supervisar cada área de la empresa.
- ✚ Analizar los problemas que se puedan ocasionar en la empresa y poder darle una solución.

- ✚ Atender a las quejas que puedan tener los empleados o supervisores de cada área de la empresa.
- ✚ Tiene la responsabilidad de suplantar personal si lo cree necesario para el mejoramiento de la empresa.

ÁREA ADMINISTRATIVA Y FINANCIERA

- * Analizar cada una de las decisiones con aspectos financieros que se tomen en cuenta para el mejoramiento de la empresa.
- * Verificación de los estados y balances financieros.
- * Aprobación de créditos para los empleados.
- * Control de los costos obtenidos por los servicios realizados.

ÁREA DE RECURSOS HUMANOS

- ◆ Supervisa al personal de la empresa.
- ◆ Recopilación de personal cuando sea necesario.
- ◆ Da capacitaciones para ampliar el conocimiento de los empleados.
- ◆ Se encarga de los beneficios de los empleados.
- ◆ Da los permisos, préstamos, etc. que el empleador necesita.

ÁREA OPERACIONAL

- ❖ Dar seguimiento a cada uno de los servicios que se darán en la empresa.
- ❖ Verificar que se cumplan todos los tratamientos requeridos por el cliente.
- ❖ Mejora cada una de las aéreas donde se van a realizar las terapias.
- ❖ Diseñar nuevas ideas de mejoramiento o implementación de terapias.

2.3.2.3 *Flujograma de selección de personal*

Figura N° 8 FLUJOGRAMA DE SELECCIÓN DE PERSONAL

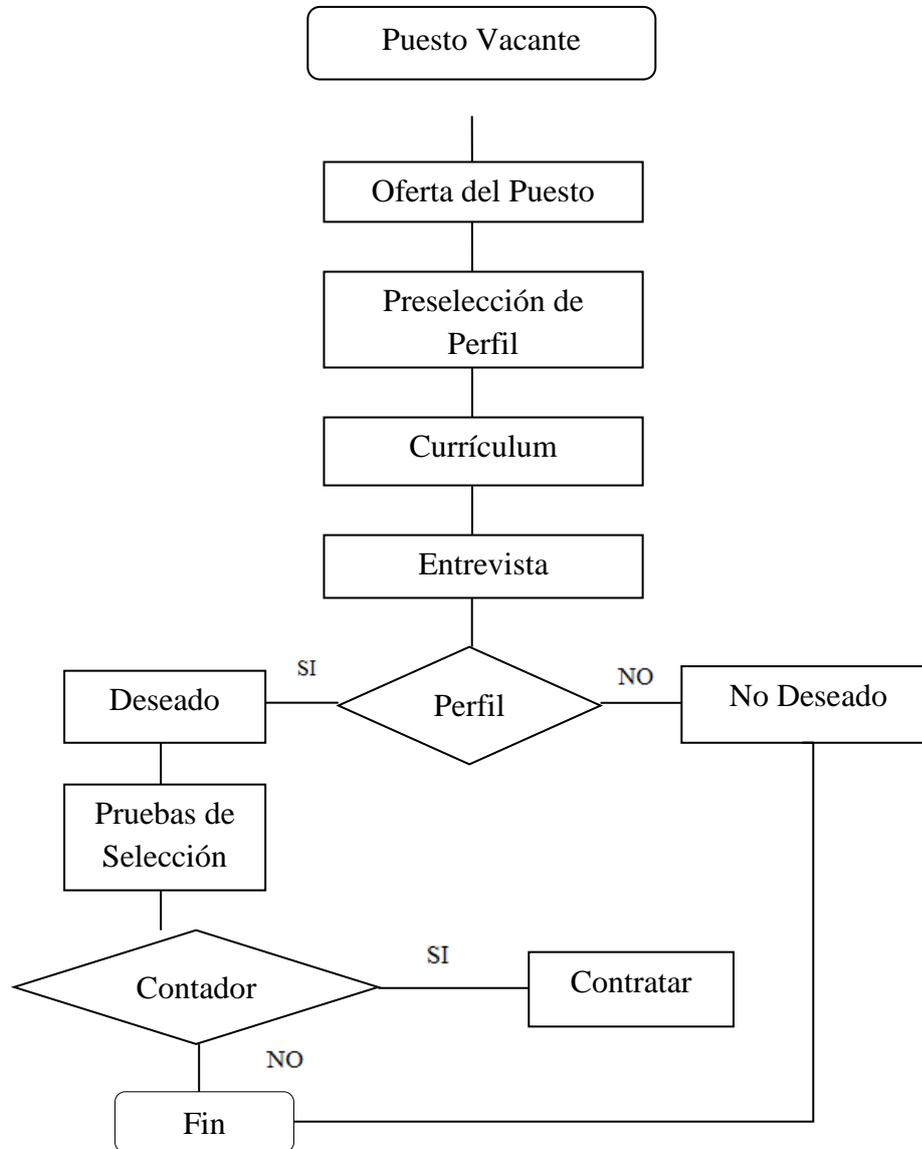


Figura 8 FLUJOGRAMA DE SELECCIÓN DE PERSONAL

Elaborado por: Johanna Chungandro

Figura N° 9 FLUJOGRAMA DE SELECCIÓN DE PERSONAL

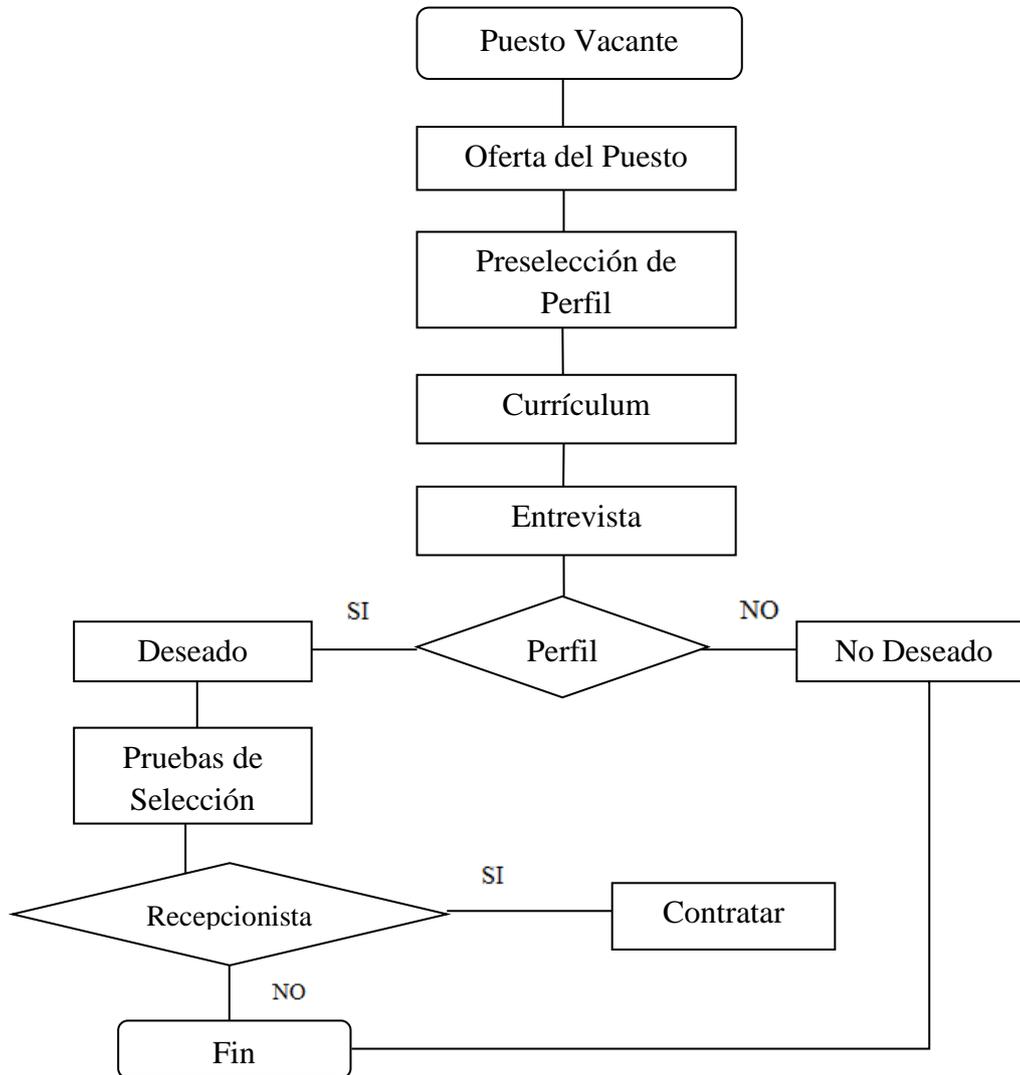


Figura 9 FLUJOGRAMA DE SELECCIÓN DE PERSONAL

Elaborado por: Johanna Chungandro

Figura N° 10 FLUJOGRAMA DE SELECCIÓN DE PERSONAL

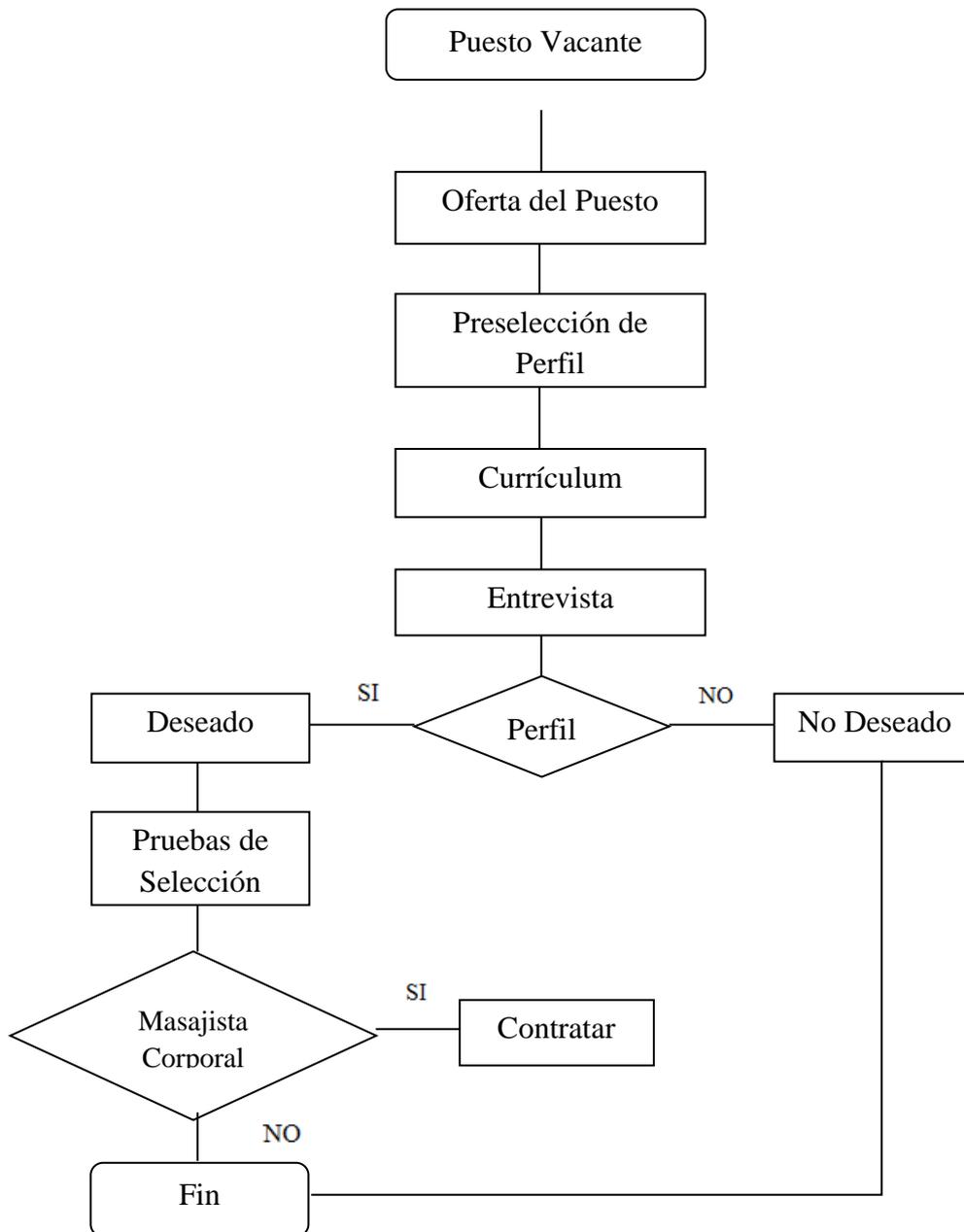


Figura 10 FLUJOGRAMA DE SELECCIÓN DE PERSONAL

Elaborado por: Johanna Chungandro

Figura N° 11 FLUJOGRAMA DE SELECCIÓN DE PERSONAL

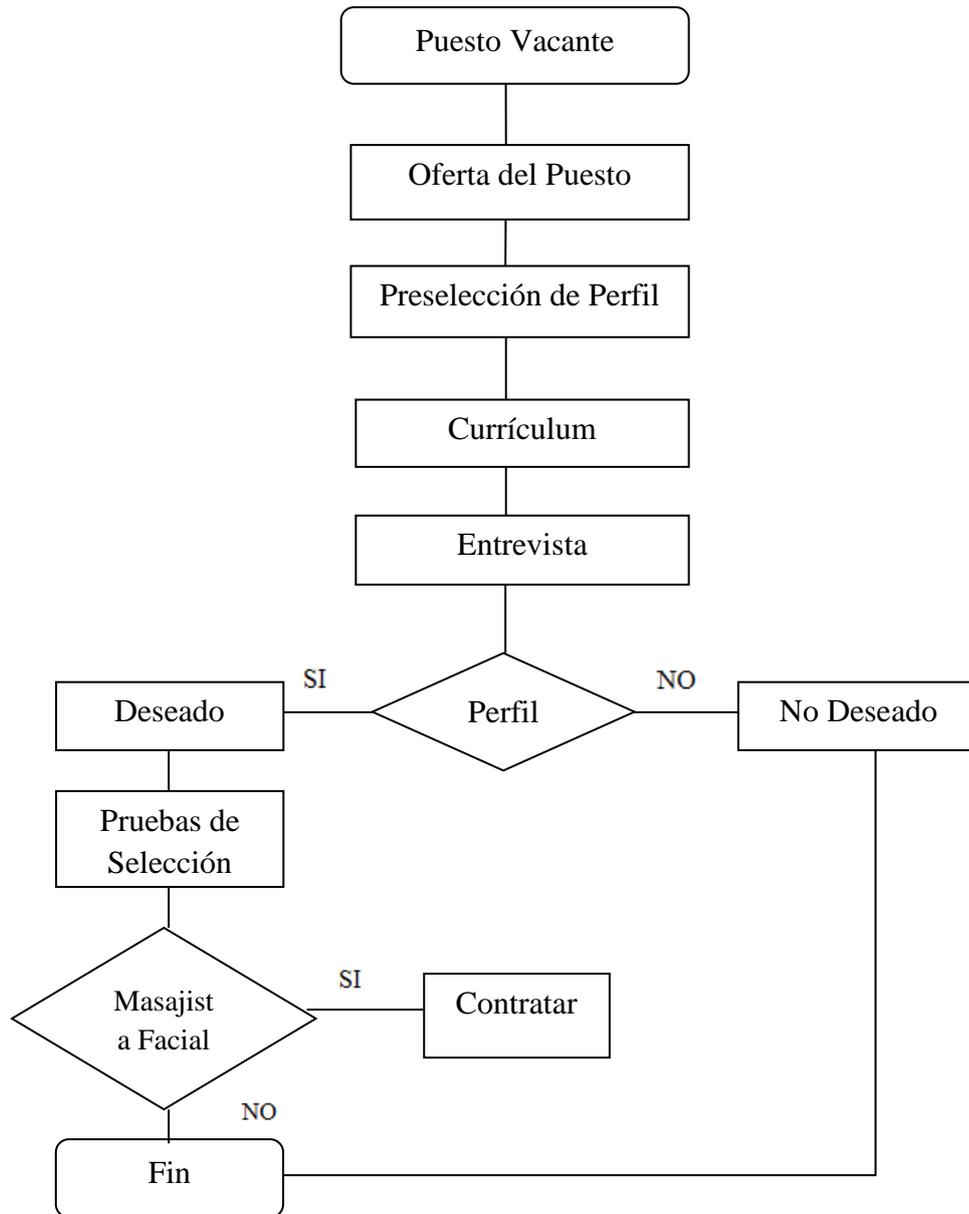


Figura 11 FLUJOGRAMA DE SELECCIÓN DE PERSONAL

Elaborado por: Johanna Chungandro

Figura N° 12 FLUJOGRAMA DE SELECCIÓN DE PERSONAL

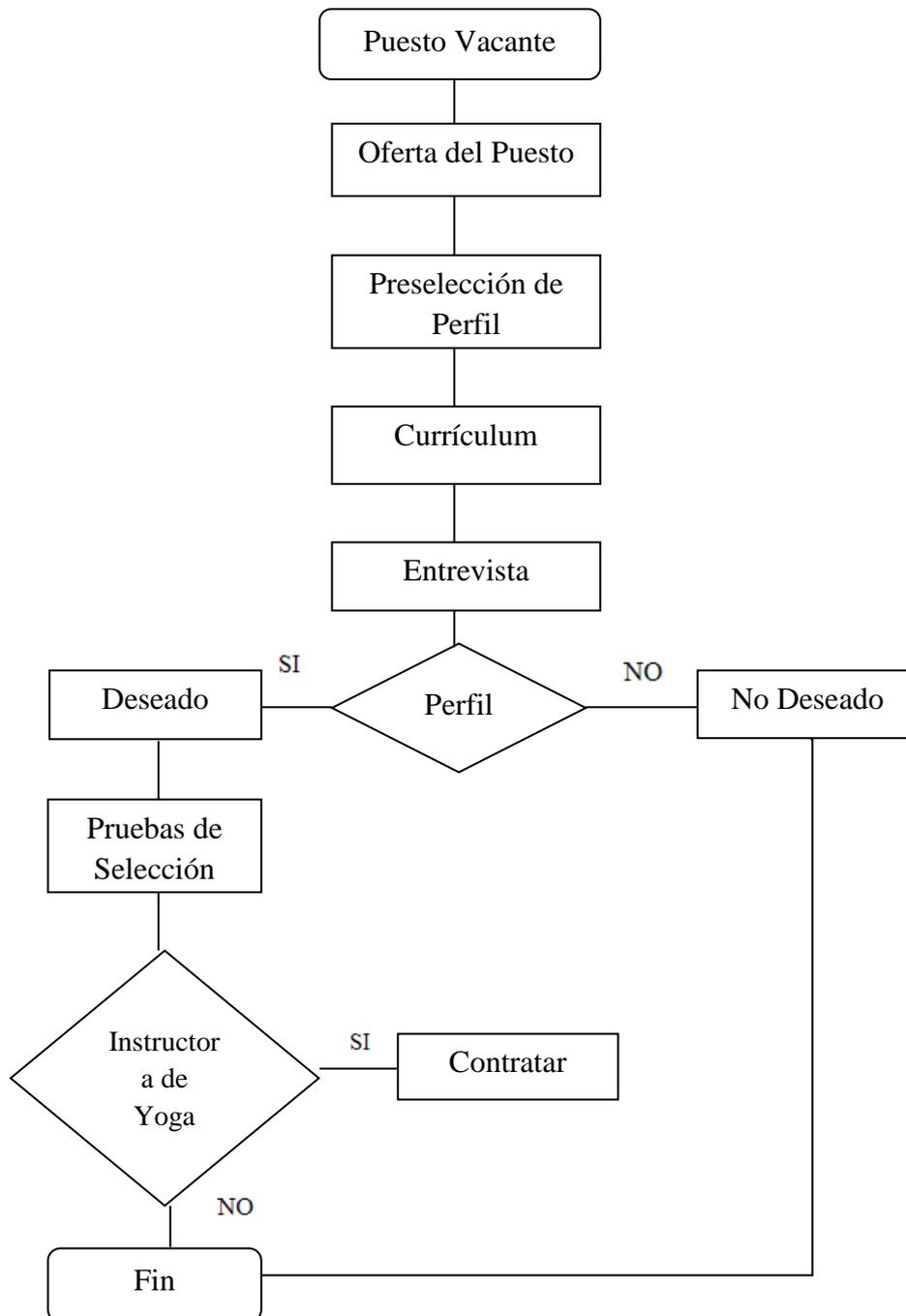


Figura 12 FLUJOGRAMA DE SELECCIÓN DE PERSONAL

Elaborado por: Johanna Chungandro

2.3.2.4 Flujograma de servicio

Figura N° 13 FLUJOGRAMA DE SERVICIO

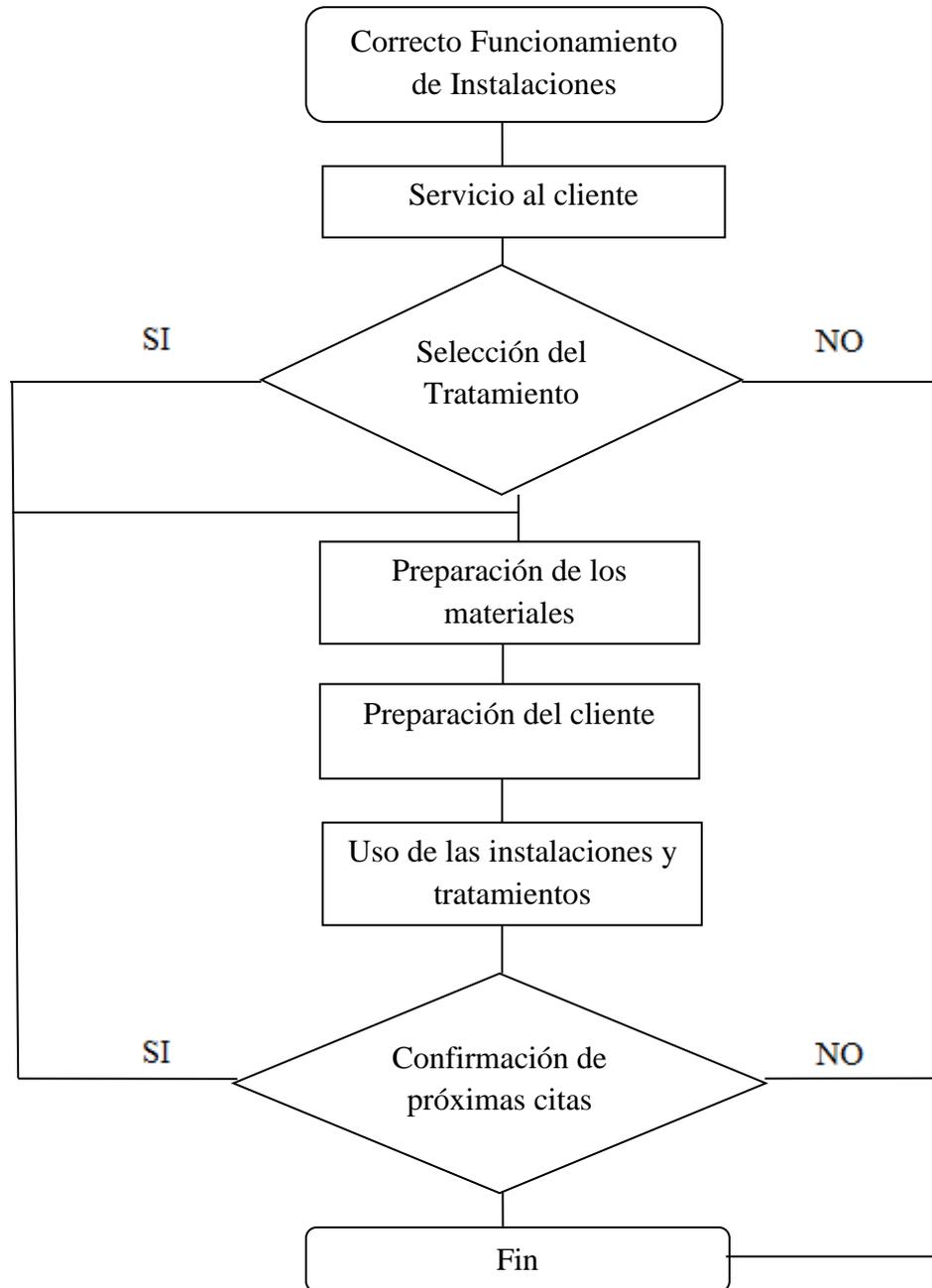


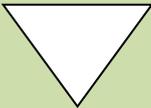
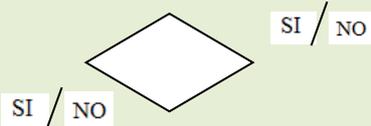
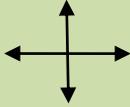
Figura 13 FLUJOGRAMA DE SERVICIO

Elaborado por: Johanna Chungandro

- **Simbología:**

Tabla N° 9 SIMBOLOGÍA DE FLUJOGRAMAS

Tabla 9 SIMBOLOGÍA DE FLUJOGRAMAS

SÍMBOLO	SIGNIFICADO
	Inicio / Fin
	Operación / Actividad
	Documento
	Datos
	Almacenamiento / Archivo
	Decisión
	Líneas de Flujo
	Conector
	Conector de página

Elaborado por: Johanna Chungandro

2.3.2.5 Manual de funciones

Tabla N° 10 MANUAL DE FUNCIONES

Tabla 10 MANUAL DE FUNCIONES

CARGO	DESCRIPCIÓN
Contador	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Llevar en orden los libros contables. ✓ Tiene a cargo los roles de pagos de los empleados. ✓ Realizar correctamente los estados y balances financieros. ✓ Verifica todos los documentos contables que contengan la información adecuada. ✓ Estar pendiente de los pagos que se tengan que realizar.
Recepcionista	<ul style="list-style-type: none"> ❖ Atiende cordialmente a los clientes ❖ Realiza informes de lo elaborado en el día ❖ Atención de turnos vía telefónica ❖ Recibe y entrega documentación a las distintas aéreas. ❖ Reporta cualquier problema con sus superiores
Masajista Corporal	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Realizara cada uno de los masajes que el cliente requiera ➤ Utilizará esencias, aceites naturales, música, etc.
Masajista Facial	<ul style="list-style-type: none"> ✚ Tendrá en cuenta el tipo de piel ✚ Utilizará mascarillas netamente naturales
Instructora de Yoga Prenatal	<ul style="list-style-type: none"> ◆ Ayudará a la mujer en su respiración para el momento de dar a luz ◆ Estimulara la circulación de todo el cuerpo ◆ Realizara ejercicios de relajación mental

Elaborado por: Johanna Chungandro

2.3.3 Gestión operativa

➤ LODOTERAPIA

Es conocida por sus beneficios que se dan al momento de aplicarlo sobre el rostro y todo el cuerpo gracias a su componente de minerales es un excelente exfoliante y relajante natural, utilizado para embellecer la piel. (RAUL, 2010)

Fotografía N° 4 LODOTERAPIA CORPORAL



Fotografías 4 LODOTERAPIA CORPORAL

**Fuente: Cuerpo y Figura Esthetic Center “Equilibrio entre salud y
belleza”**

Fotografía N° 5 LODOTERAPIA FACIAL



Fotografías 5 LODOTERAPIA FACIAL

Fuente: Blog / Colegiatura de Cosmetología

➤ **MASAJE SUECO**

Es una estimulación corporal muy placentera el cual se utilizan varios movimientos suaves como si fueran caricias llegando a relajar totalmente el cuerpo y ayudando a que circule mucho mejor la sangre. (LÓPEZ, 2014)

Fotografía N° 6 MASAJE SUECO



Fotografías 6 MASAJE SUECO

Fuente: VIVA SPA Balneum Spa & Wellness Centre

➤ **MASAJE DE AROMATERAPIA CON PIEDRAS CALIENTES**

Este masaje es un tratamiento completo para aliviar el estrés y la tensión muscular el cual se lo realiza con aceites de lavanda y obviamente las piedras calientes, que ayudaran a la relajación total del cliente. (FLUPU, 2010)

Fotografía N° 7



Fotografías 7 □ **MASAJE DE AROMATERAPIA CON PIEDRAS CALIENTES**

Fuente: Vientos de Salud y Vida

➤ MASCARILLA DE CHOCOLATE

Es una mascarilla natural que tiene varios beneficios para la piel el cual nos ayuda a tenerla más saludable y con vitalidad que ayuda a prevenir las arrugas que son ocasionadas por la edad. (FEM, 2013)

Fotografía N° 8



Fotografías 8 □ **MASCARILLA DE CHOCOLATE**

Fuente: Mascarillas resalta tu belleza

➤ **MASCARILLA DE MIEL**

Es excelente para tratar la piel con impurezas, pues la cura y la suaviza. La fécula de maíz da firmeza y suavidad al cutis. (NATURAL, 2014)

Fotografía N° 9 MASCARILLA DE MIEL



Fotografías 9 MASCARILLA DE MIEL

Fuente: Bienestar 180 "El sitio que mejora hábitos de vida"

➤ **BAÑOS DE CAJÓN**

Produce que los vasos sanguíneos se dilaten y la sangre circule mejor, ayuda a la piel, los poros se dilatan con la humedad y el calor, por lo que se obtiene una limpieza profunda que elimina toxinas, permite la caída de las células muertas y deja la piel tersa. (VITÓNICA, 2010)

Fotografía N° 10



**Fuente: Spa Alivinatú
Fotografías 10 BAÑOS DE CAJÓN**

➤ YOGA PRENATAL

Es una gran oportunidad para las mujeres en periodo de gestación ya que les otorga un tiempo de aprendizaje y relajación el cual les ayudara en los momentos de tener que dar a luz a su bebe, esta es una actividad en pareja ya que no solo la mujer está embarazada sino también el padre es aquí en donde actuaran y aprenderán como manejar cada una de las dificultades para dar a luz.

Ayudará en la eliminación de tenciones y encontraremos emociones escondidas que la mujer evita o contrae por las tenciones que otorga el embarazo. (SANO, 2012)

Fotografía N° 11 YOGA PRENATAL



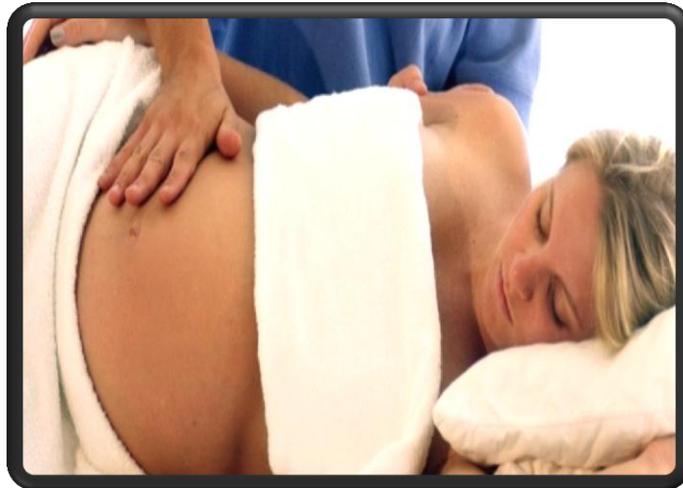
Fotografías 11 YOGA PRENATAL

Fuente: Yoga Works for everybody

➤ MASAJE CIRCULATORIO

Se puede realizar desde el cuarto mes de embarazo para activar la circulación de la mujer embarazada y prevenir, de ese modo, problemas relacionados con la retención de líquidos. (REINA, 2012)

Fotografía N° 12 MASAJE CIRCULATORIO



Fotografías 12 MASAJE CIRCULATORIO

Fuente: Kyro home

2.3.4 Gestión comercial

Es una de las áreas funcionales donde se encuentra la ejecución de las tareas como son de ventas y marketing. (NUNES, 2012)

2.3.4.1 Precio

El precio corresponde al valor monetario (en Moneda) asignado a un bien o servicio. (SALTO, 2011)

El precio depende sobre todo (hay muchos factores) de la oferta y la demanda que hay en el mercado. (VILLALOBOS-BRETON, 2010)

- El precio establecido previamente es de \$27.50
- **Forma de Pago:**

Con tarjeta de crédito que se podrá diferir de acuerdo con el cliente y con el monto otorgado. (Se recibirá de cualquier Banco las tarjetas de crédito)

En efectivo una forma más directa que se podrá realizar.

2.3.4.2 plaza

Una empresa debe definir bien a través de qué canales de distribución va a llegar al mercado. Los canales son diversos, y ello dependerá por un lado de tu tipo de producto, y por otro, de cómo quieres llegar a tu mercado. (VILLALOBOS-BRETON, 2010)

- El Centro de Relajación Ancestral estará ubicado en la Av. Carapungo (calle principal de Calderón) por el cual es de fácil acceso ya que tiene como referencia el TÍA que está al frente.

2.3.4.3 promoción

Consiste en ofrecer y efectivamente dar incentivos a los consumidores, para que compren los productos de una empresa. (ELBAR RAMÍREZ, 2004)

- **Descuentos:**

Otorgaremos un 81% de descuento para parejas que estén por casarse, el cual tendrán un tiempo de relajación y embellecimiento para su gran día.

Tendremos un día especial para realizar rebajas en todos los masajes de un 50% de 8:30am hasta las 6:00pm

2.3.4.4 producto

Es cualquier cosa que pueda ofrecerse a la atención de un mercado para su adquisición, uso o consumo, y que además pueda satisfacer un deseo o una necesidad. (ELBAR RAMÍREZ, 2004)

2.3.4.5 publicidad

Es considerada como una de las más poderosas herramientas de la mercadotecnia, específicamente de la promoción, que es utilizada por empresas, organizaciones no lucrativas, instituciones del estado y personas individuales, para dar a conocer un determinado mensaje relacionado con sus productos, servicios, ideas u otros, a su grupo objetivo. (REYES, 2010)

Fotografía N° 13 FLYER



Fotografías 13 13 FLYER

CREAR UN CENTRO DE RELAJACIÓN ANCESTRAL MEDIANTE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD UTILIZANDO TERAPIAS NATURALES, UBICADO EN EL SECTOR DE CALDERÓN AL NORTE DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO.

Elaborado por: Johanna Chungandro

Fotografía N° 14 TARJETA DE PRESENTACIÓN



Fotografías 14 TARJETA DE PRESENTACIÓN

Elaborado por: Johanna Chungandro

Fotografía N°15 TRÍPTICO

➤ **YOGA PRENATAL**
Ayuda en la eliminación de tensiones por el cual encontraremos emociones escondidas que la mujer evita o contrae por las tensiones que otorga el embarazo.



➤ **MASCARILLA DE MIEL**
Es excelente para tratar la piel con impurezas, pues la cura y la suaviza. La fécula de maíz da firmeza y suavidad al cutis.



Centro de Relajación Ancestral Vida y Salud



➤ **MASAJE CIRCULATORIO PARA MUJERES EMBARAZADAS**
Activara la circulación de la mujer embarazada y prevenir, de ese modo, problemas relacionados con la retención de líquidos.



➤ **BAÑOS DE CAJÓN**
Produce que los vasos sanguíneos se dilaten y la sangre circule mejor, ayuda a la piel, los poros se dilatan con la humedad y el calor, por lo que se obtiene una limpieza profunda que elimina toxinas, permite la caída de las células muertas y deja la piel tersa.



- ◆ LODOTERAPIA
- ◆ MASAJE SUECO
- ◆ MASAJE DE AROMA
- ◆ TERAPIA CON PIEDRAS CALIENTES
- ◆ MASCARILLA DE CHOCOLATE
- ◆ MASCARILLA DE MIEL
- ◆ BAÑOS DE CAJON
- ◆ SAUNA
- ◆ YOGA PRENATAL
- ◆ MASAJE CIRCULATORIO PARA MUJERES EMBARAZADAS



➤ **UBICANOS**



**Lunes - Viernes
9:00-17:30
Sábado
9:00-16:00**

Av. Carapungo Calle Principal Frente al Tía
Teléfonos: 022 820-096 - 099 782-3194
E-mail: centroderelajacion_cra@hotmail.com
Encuentranos en Facebook: Centro de Relajación CRA

Fotografías 15 TRÍPTICO

Elaborado por: Johanna Chungandro

Fotografía N° 16 TRÍPTICO

MISION

· Brindar un tiempo de relajación mental y corporal, mediante tratamientos con un personal totalmente capacitado con el propósito de satisfacer cada una de las necesidades de los clientes.

Servicios

➤ **LODOTERAPIA**

Es conocida por sus beneficios que se dan al momento de aplicarlo sobre el rostro y todo el cuerpo gracias a su componente de minerales es un excelente extoliente y relajante natural, utilizado para embellecer la piel.



➤ **MASAJE DE AROMATERAPIA CON PIEDRAS CALIENTES**

Este masaje es un tratamiento completo para aliviar el estrés y la tensión muscular el cual se lo realiza con aceites de lavanda y obviamente las piedras calientes, que ayudaran a la relajación total del cliente.



VISION

· Llegar a ser líder en el sector de relajación a nivel provincial brindando un servicio de calidad que mejore la salud de los clientes obteniendo la satisfacción de haber cumplido con cada una de sus necesidades.

➤ **MASAJE SUECO**

Es una estimulación corporal muy placentera el cual se utilizan varios movimientos suaves como si fueran caricias llegando a relajar totalmente el cuerpo y ayudando a que circule mucho mejor la sangre.



➤ **MASCARILLA DE CHOCOLATE**

Es una mascarilla natural que tiene varios beneficios para la piel el cual nos ayuda a tenerla más saludable y con vitalidad que ayuda a prevenir las arrugas que son ocasionadas por la edad.



Fotografías 16 TRÍPTICO

Elaborado por: Johanna Chungandro

2.3.4.1 nombre de la empresa

"Centro De Relajación Ancestral Vida Y Salud"



2.3.4.2 eslogan

Es una frase clara que ayuda a resumir en pocas palabras el mensaje de la empresa.

"DESCONECTATE DE LO COTIDIANO Y VIVE UN TIEMPO DE RELAJACION MUY CERDA DE TI"

2.3.4.3 estudio de colores del eslogan

AZUL (AGUA)

Estos colores representan el cielo y el agua. El azul es un color activo, que transmite calma, bondad, frescor. Estos colores son excelentes para disponer en los dormitorios y los baños.

2.4 Análisis foda

✓ OPORTUNIDADES

Tabla N° 11 OPORTUNIDADES

Tabla 11 OPORTUNIDADES

VARIABLES	IMPACTO		
	ALTO	MEDIO	BAJO
*Servicio nuevo e innovador para los clientes.	X		
*Aprovechamiento para obtener más ganancias a un mejor precio.		X	
*El servicio es de acuerdo a la necesidad del sector.	X		
*Dar un servicio nuevo y ayudara a la salud de los clientes.		X	

Elaborado por: Johanna Chungandro

➤ AMENAZAS

Tabla N° 12 AMENAZAS

Tabla 12 AMENAZAS

VARIABLES	IMPACTO		
	ALTO	MEDIO	BAJO
❖ Comenzar a tener más competidores en el sector.	X		
❖ No poder brindar un servicio por motivo de no obtener el producto		X	
❖ No obtener el terreno para la implementación del SPA.	X		
❖ No contar con el Crédito para la implementación del Proyecto		X	

Elaborado por: Johanna Chungandro


FORTALEZAS
Tabla N° 13 FORTALEZAS
Tabla 13 FORTALEZAS

VARIABLES	IMPACTO		
	ALTO	MEDIO	BAJO
<ul style="list-style-type: none"> Dar el servicio de Yoga Prenatal para mujeres de bajos recursos 	X		
<ul style="list-style-type: none"> Brinda con todas las comodidades para los clientes en su ámbito 	X		
<ul style="list-style-type: none"> Nuestros trabajadores son muy bien capacitados según SENECYT 	X		
<ul style="list-style-type: none"> Nos preocupamos por la salud de nuestros clientes y futuras mamitas 	X		

Elaborado por: Johanna Chungandro

♦ **DEBILIDADES**

Tabla N° 14 DEBILIDADES

Tabla 14 DEBILIDADES

VARIABLES	IMPACTO		
	ALTO	MEDIO	BAJO
✦ Falta de ingresos para la adquisición de materiales	X		
✦ Crecimiento de la demanda puede ocasionar que demos menos servicios	X		
✦ Tratar de que los clientes se adapten a los precios		X	
✦ Falta de análisis e investigación hacia el entorno empresarial que nos rodea		X	

Elaborado por: Johanna Chungandro

Capítulo III

3. Estudio de mercado

“Es la mejor manera de poder conocer a los consumidores y clientes para la participación y el posicionamiento en el mercado” (HERRERA, 2013)

- ✓ Es analizar a los consumidores y clientes para tener un mejor lugar con la obtención de información para la adecuada toma de decisiones.

3.1 Análisis del consumidor

La investigación del consumidor es el proceso de reunir y analizar información sobre cómo el consumidor compra y toma la decisión de compra. (LLELI, 2011)

3.1.01 Cliente

Es aquella persona o empresa que tienen necesidad de utilizar un bien o un servicio por lo cual es un factor externo muy importante para los negocios.

(FINANCIERA, 2014)

3.1.02 Tipos de clientes

- **Clientes leales:** son clientes totalmente satisfechos que cubren el 50% del total de nuestras ventas o servicios, en donde se les debe invertir tiempo y esfuerzo para atenderlos. (RESENTERRA, 2013-2014)
- **Clientes especializados en descuentos:** son clientes que hay que saberlos aprovecharlos exclusivamente cuando hayan temporadas de descuento en nuestros servicios. (RESENTERRA, 2013-2014)
- **Clientes basados en las necesidades:** son muy difíciles de satisfacer sus necesidades ya que ellos cuando van a alguna empresa van un objetivo muy específico que necesitan. (RESENTERRA, 2013-2014)

3.1.03 Mercado

Es el lugar donde se realizan intercambios de bienes o de servicios donde confluyen oferentes y demandantes de dicho producto o servicio. (CASTRO, 2007)

3.1.1 Determinación de la población y muestra

3.1.1.1 población

Es el conjunto de personas de varias culturas pero que habitan en un mismo país.

3.1.1.2 tipos de población

- ✓ **Población Rural:** está relacionada con la vida y la actividad en el campo con cada una de sus tradiciones, sus culturas y por su sustento económico mediante sus tierras o sembríos, también es donde no llega todo el avance de la ciudad. (ALMAGUER, 2009)
- ✓ **Población Urbana:** es todo lo contrario con la población rural pues que en esta población ya se dedican a la industrialización, comercialización, entre otros y por tanto ya cuentan con todos los avances que se da al pasar de los días. (ALMAGUER, 2009)

3.1.1.3 nivel socio-económico de la población

Es realizar una pequeña calificación en todos los hogares para saber el nivel de vida que llevan cada uno de ellos. (INEC, 2011)

- ✚ **A (ALTO).**- representa 1.9% de la población investigada
- ✚ **B (MEDIOALTO).**- representa el 11.2% de la población investigada
- ✚ **C+ (MEDIO TÍPICO).**- es el que representa el 22.8% de la población investigada

Subgrupo de elementos o valores de la población seleccionada para participar en el estudio. (NARESH K. MALHOTRA, 2004)

3.1.1.6 Tipos de muestreo

❖ **No Probabilístico:** es el criterio del investigador, el cual decide si la muestra es o no representativa para el proyecto. (CASTILLO, 2011)

Conveniencia.- las muestras se seleccionan según un criterio de accesibilidad o comodidad. (ESTEBAN, 2009)

Son información exclusiva según otras opiniones para que sean de más facilidad a la hora de establecer su resultado.

Según el criterio.- la muestra es elegida por un experto de acuerdo con su criterio, buscando las unidades más representativas. (ESTEBAN, 2009)

Es la recopilación de información adecuada de acuerdo con una persona que sabe del tema para la solución inmediata.

Diseño de bola de nieve.- cada unidad muestral es localizada por indicaciones de otra persona. (ESTEBAN, 2009)

Es la información encontrada por demás personas de otras empresas que desean la misma información.

Secuencial.- la muestra inicial, reducida, se incrementa hasta alcanzar las cuotas deseadas, en ese momento se deja de recoger información. (ESTEBAN, 2009)

Es llegar al máximo de la recopilación de la información necesaria para realizar el estudio necesario.

- ❖ **Probabilístico (aleatorio):** es donde se lo puede tomar en cuenta la muestra a azar de cualquier forma para la toma de decisiones del proyecto. (CASTILLO, 2011)

3.1.1.7 Formula de la muestra

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

n = Tamaño de la muestra

N = Población

e = Error de estimación

P = Probabilidad de ocurrencia "éxito"

Q = Probabilidad no ocurrencia "fracaso"

Z = Valor expresado en desviación típicos y que está en función de un nivel de confianza dado.

3.1.1.6 tabulaciones

n = Tamaño de la muestra

$$N = 162.915$$

$$e = 5\%$$

$$P = 50\%$$

$$Q = 50\%$$

$$Z = 95\% = 1.96$$

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

$$n = \frac{162.915(0.50)(0.50)(1.96)^2}{(162.915 - 1)(0.05)^2 + (0.50)(0.50)(1.96)^2}$$

$$n = \frac{(162.915)(0.25)(3.84)}{162.914(0.0025) + (0.25)(3.84)}$$

$$n = \frac{156.398,40}{(407,29) + (0.96)}$$

$$n = \frac{156.398,40}{408,25}$$

$$n = 383.10$$

3.1.2 Técnicas de obtención de información

Son procedimientos organizados que nos ayudan a obtener información para resolver un problema o tomar una decisión. (FIGO, 2011)

3.1.2.1 Métodos de investigación

Es el procedimiento riguroso, formulado de una manera lógica, que el investigador debe seguir en la adquisición del conocimiento. (KRISTELL, 2010)

- **Método Deductivo.-** es el proceso de conocimiento que se inicia con la observación de fenómenos generales con el propósito de señalar las verdades particulares contenidas explícitamente en la situación general. (KRISTELL, 2010)
- **Método Inductivo.-** es el proceso de conocimiento que se inicia por la observación de fenómenos particulares con el propósito de llegar a conclusión y premisas generales que pueden ser aplicadas a situaciones similares a la observación. (KRISTELL, 2010)
- **Método de Observación.-** es el proceso de conocimiento por el cual se perciben deliberadamente ciertos rasgos existentes en el objeto de conocimiento. (KRISTELL, 2010)

3.1.2.2 Entrevistas

El término entrevista proviene del francés “entrevoir”, que significa “verse uno al otro”: como en sus orígenes fue una técnica exclusivamente periodística.

(ALEJANDRO ACEVEDO IBAÑEZ, 1988)

- La entrevista es una forma de informar a las demás personas con un tema que se tenga que dar a conocer sea de una persona o una entidad.

3.1.2.3 Encuestas

Son métodos para recopilar información sistemática necesaria para poder ayudar a resolver un problema un dar un servicio el cual preguntando a los investigadores que clase de información desean para después poderlos evaluar.

(RADA, 2001)

3.1.3 Análisis de la información

Es un motivo de informarse de forma precisa para un determinado propósito que ayudara a tomar una excelente decisión. (JUAN ANTONIO TRESPALACIOS GUTIÉRREZ, 2005)

- ✓ **Preguntas Abiertas.-** son preguntas generales que buscan hacer fluir el diálogo entre el entrevistador y el candidato, permiten que la persona de una respuesta amplia. Con ellas será evaluada tu desenvolvura, habilidades de comunicación y coherencia. (MUNDIAL, 2013)

-
- ✓ **Preguntas Cerradas.-** requieren como respuesta un "Sí" o un "No". A menudo son utilizadas para estrechar el círculo de opciones con rapidez. Aunque también tienen su debilidad, esta es que en algunos casos no dan tiempo de convencer al cliente, de esta manera se perdería una venta. (VICTORIA, 2012)

 - ✓ **Preguntas de Selección Múltiple.-** Tienen cierta relación con las preguntas directivas. Estas preguntas son muy eficaces debido a que a los clientes les motiva que le den opciones para escoger, son precisamente las opciones, lo que fundamenta al libre mercado. (VICTORIA, 2012)

3.1.3.1 Formato de encuesta

ENCUESTA

El objetivo de obtener información para saber el nivel de aceptación de la implementación de un Centro de Relajación Ancestral en el sector de Calderón, su uso es exclusivamente académico.

✓ Marque con una X sus respuestas:

GENERO:	Femenino	<input type="checkbox"/>	Masculino	<input type="checkbox"/>		
EDAD:	18 a 25	<input type="checkbox"/>	26 a 30	<input type="checkbox"/>	31 a 45	<input type="checkbox"/>
ESTADO CIVIL:	Casado	<input type="checkbox"/>	Soltero	<input type="checkbox"/>		
INGRESOS:	300	<input type="checkbox"/>	600	<input type="checkbox"/>	OTROS	<input type="checkbox"/>

1. ¿Conoce usted los beneficios para su salud mediante la asistencia a un Centro de Relajación Ancestral?

SI NO

2. ¿Conoce usted sobre los servicios que brinda un Centro de Relajación Ancestral?

SI NO

3. ¿Por qué motivo usted asistiría al Centro de Relajación Ancestral?

- Beneficios salud
- Atención al cliente

-
- Infraestructura
 - Precios
 - Todos los anteriores

4. ¿Usted estaría de acuerdo con la implementación de un Centro de Relajación Ancestral en el Sector de Calderón?

SI NO

5. ¿Con que frecuencia asistiría a un Centro de Relajación Ancestral?

- ❖ Diariamente
- ❖ Semanalmente
- ❖ Quincenalmente
- ❖ Mensualmente

6. ¿De los presentes aromas cuales le gustaría recibir en sus sesiones en el Centro de Relajación Ancestral?

- ✓ Lavanda
- ✓ Eucalipto
- ✓ Canela
- ✓ Rosas
- ✓ Vainilla
- ✓ Cítricos y otros

7. ¿Ha asistido a uno de los siguientes establecimientos de Relajación?

- SPA Peluquería Waltero #1
- Olguita Unisex Peluquería
- Ninguno

- Porque
-

8. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por el servicio en el Centro de Relajación Ancestral?

\$25 - \$30

\$35 - \$ 40

9. ¿Qué servicios le gustaría recibir en el Centro de Relajación Ancestral?

➤ Baños de cajón

➤ Masajes corporales

➤ Masajes faciales

➤ Iodoterapia

➤ Yoga prenatal

➤ Todos los anteriores

10. ¿Cómo le gustaría cancelar los servicios del Centro de Relajación Ancestral?

Ancestral?

Cada sesión

Cada quincena

Cada mes

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN

3.1.3.2 Tabulación

1. ¿Conoce usted los beneficios para su salud mediante la asistencia a un Centro de Relajación Ancestral?

Tabla N° 15 PREGUNTA 1

Tabla 15 PREGUNTA 1

RESPUESTA	CANTIDAD	PORCENTAJE
Si	340	89%
No	43	11%
TOTAL	383	100%

Elaborado por: Johanna Chungandro

Fuente: Investigación de Mercado

Figura N° 15 PREGUNTA 1

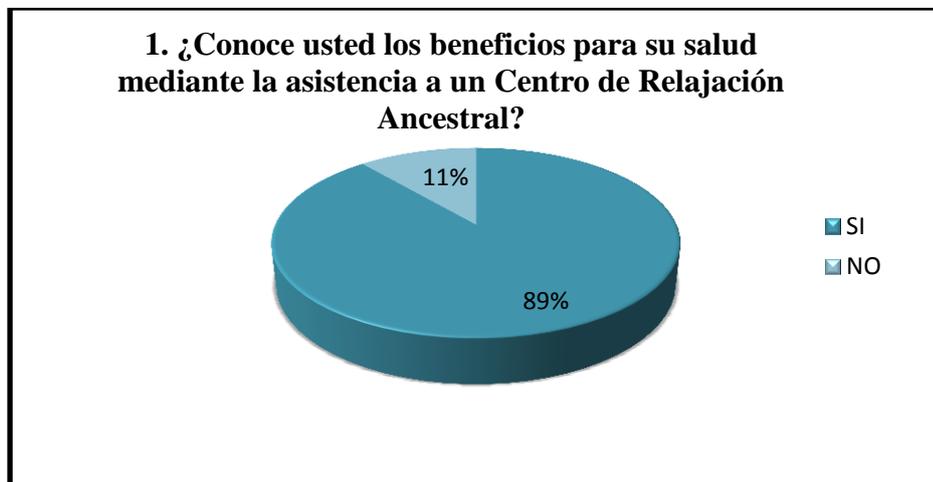


Figura 15 PREGUNTA 1

Elaborado por: Johanna Chungandro

Fuente: Investigación de Mercado

Interpretación: La grafica nos muestra que el 89% de la población de Calderón encuestada respondieron que SI conocen los beneficios de un Centro de Relajación Ancestral mientras que el 11% respondieron que NO conocen los beneficios.

Análisis: Nos damos cuenta que un gran porcentaje de la población de Calderón encuestada si conocen los beneficios de un Centro de Relajación Ancestral.

2. ¿Conoce usted sobre los servicios que brinda un Centro de Relajación Ancestral?

Tabla N° 16 PREGUNTA 2

Tabla 16 PREGUNTA 2

RESPUESTA	CANTIDAD	PORCENTAJE
Si	323	84%
No	60	16%
TOTAL	383	100%

Elaborado por: Johanna Chungandro

Fuente: Investigación de Mercado

Figura N° 16 PREGUNTA 2

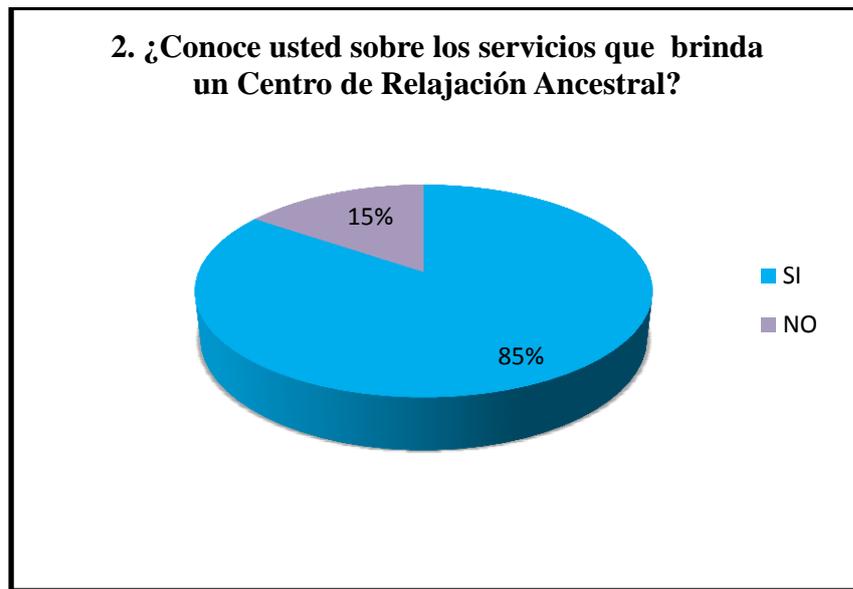


Figura 16 PREGUNTA 2

Elaborado por: Johanna Chungandro

Fuente: Investigación de Mercado

Interpretación: La grafica nos muestra que el 85% de la población de Calderón encuestada respondieron que SI conocen los servicios de un Centro de Relajación Ancestral mientras que el 15% respondieron que NO conocen los beneficios.

Análisis: Nos damos cuenta que un gran porcentaje de la población de Calderón encuestada si conocen los servicios de un Centro de Relajación Ancestral.

3. ¿Por qué motivo usted asistiría al Centro de Relajación Ancestral?

Tabla N° 17 PREGUNTA 3

Tabla 17 PREGUNTA 3

RESPUESTA	CANTIDAD	PORCENTAJE
Beneficios Salud	129	21,90
Atención Al Cliente	99	16,81
Infraestructura	101	17,15
Precios	86	14,60
Todos Los Anteriores	174	29,54
TOTAL	589	100%

Elaborado por: Johanna Chungandro

Fuente: Investigación de Mercado

Figura N° 17 PREGUNTA 3

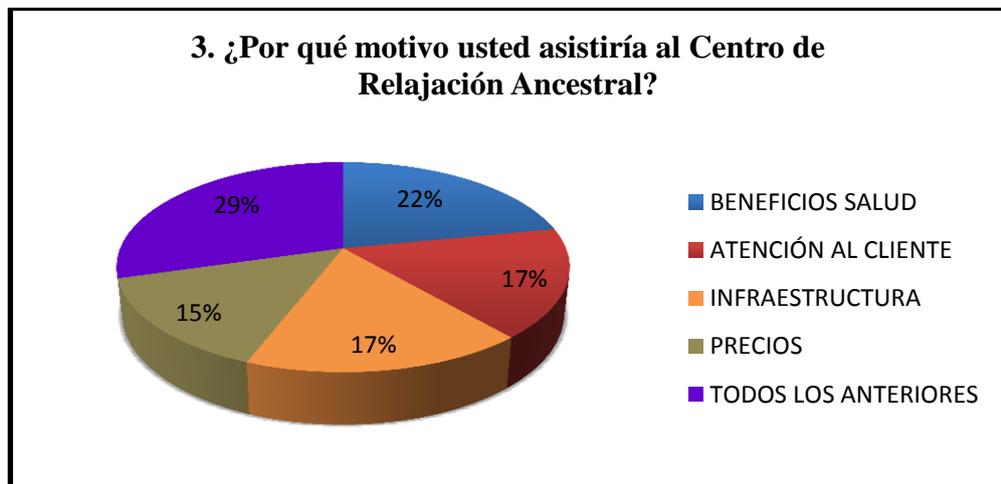


Figura 17 PREGUNTA 3

Elaborado por: Johanna Chungandro

Fuente: Investigación de Mercado

NOTA: Es una pregunta de elección múltiple en donde podemos tener una o más respuesta.

Interpretación: La grafica nos muestra que un 21.90% de la población de Calderón encuestada seleccionaron que asistirían al Centro de Relajación Ancestral por Beneficios de Salud, un 16.81% por la atención, 17.15% por la infraestructura, 14.60% por los precios y un 29.54% seleccionaron que por todos los anteriores.

Análisis: Nos damos cuenta que un gran porcentaje de la población de Calderón encuestada asistiría al Centro de Relajación Ancestral por todos los motivos mencionados anteriormente.

4. ¿Usted estaría de acuerdo con la implementación de un Centro de Relajación Ancestral en el Sector de Calderón?

Tabla N° 18 PREGUNTA 4

Tabla 18 PREGUNTA 4

RESPUESTA	CANTIDAD	PORCENTAJE
Si	372	97%
No	11	3%
TOTAL	383	100%

Elaborado por: Johanna Chungandro

Fuente: Investigación de Mercado

Figura N° 18 PREGUNTA 4



Figura 18 PREGUNTA 4

Elaborado por: Johanna Chungandro

Fuente: Investigación de Mercado

Interpretación: La grafica nos muestra que un 97% de la población de Calderón encuestada seleccionaron que SI están de acuerdo con la implementación del Centro de Relajación Ancestral mientras que un 3% seleccionaron que NO están de acuerdo.

Análisis: Tenemos en cuenta que un gran porcentaje de la población de Calderón encuestada está totalmente de acuerdo con la implementación del Centro de Relajación Ancestral.

5. ¿Con que frecuencia asistiría a un Centro de Relajación Ancestral?

Tabla N° 19 PREGUNTA 5

Tabla 19 PREGUNTA 5

RESPUESTA	CANTIDAD	PORCENTAJE
Diariamente	40	11%
Semanalmente	134	35%
Quincenalmente	51	13%
Mensualmente	158	41%
TOTAL	383	100%

Elaborado por: Johanna Chungandro

Fuente: Investigación de Mercado

Figura N° 19 PREGUNTA 5

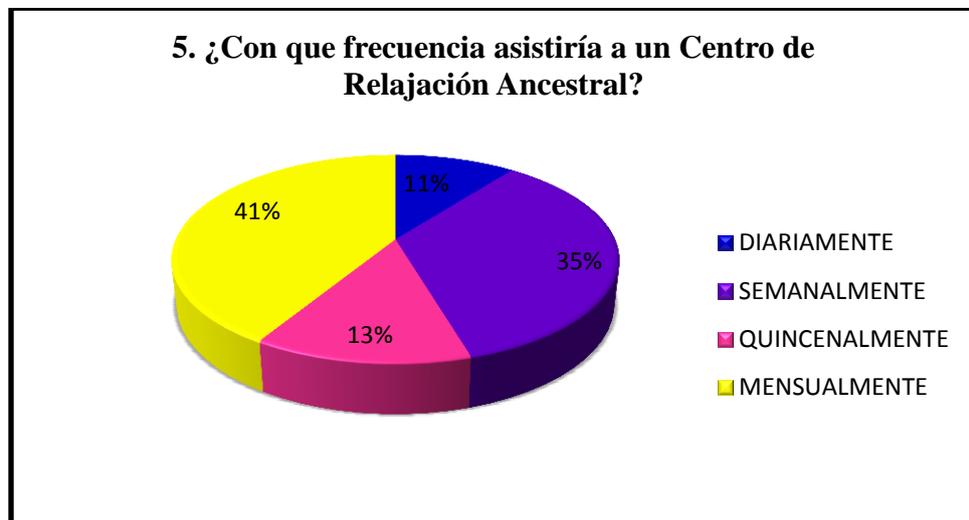


Figura 19 PREGUNTA 5

Elaborado por: Johanna Chungandro

Fuente: Investigación de Mercado

Interpretación: La grafica nos muestra que un 11% de la población de Calderón encuestada seleccionaron que asistirían diariamente al Centro de Relajación Ancestral, un 35% semanalmente, un 13% quincenalmente y un 41% mensualmente.

Análisis: La mayoría de la población de Calderón encuestadas confirma que asistiría mensualmente al Centro de Relajación Ancestral mientras que el resto de la población tiene una variación de asistencia.

6. ¿De los presentes aromas cuales le gustaría recibir en sus sesiones en el Centro de Relajación Ancestral?

Tabla N° 20 PREGUNTA 6

Tabla 20 PREGUNTA 6

RESPUESTA	CANTIDAD	PORCENTAJE
Lavanda	69	11,82
Eucalipto	117	20,03
Canela	88	15,07
Rosas	89	15,24
Vainilla	138	23,63
Cítricos Y Otros	83	14,21
TOTAL	584	100%

Elaborado por: Johanna Chungadro

Fuente: Investigación de Mercado

Figura N° 20 PREGUNTA 6

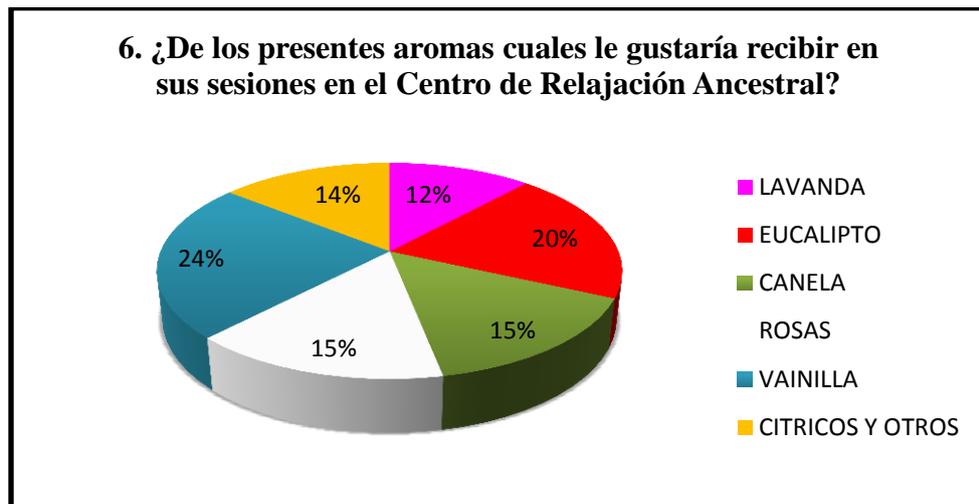


Figura 20 PREGUNTA 6

Elaborado por: Johanna Chungadro

Fuente: Investigación de Mercado

NOTA: Es una pregunta de elección múltiple en donde podemos tener una o más respuesta.

Interpretación: La grafica nos muestra que un 11.82% de la población de Calderón encuestada seleccionaron que les gustaría recibir el aroma de Lavanda, un 20.03% de Eucalipto, un 15.07% de Canela, un 15.24% de Rosas, un 23.63% de Vainilla y un 14.21% de aromas Cítricos entre otros en sus sesiones.

Análisis: Se concluye que hay una gran variación y acogida de aromas para cada una de las sesiones en el Centro de Relajación Ancestral

7. ¿Ha asistido a uno de los siguientes establecimientos de Relajación?

Tabla N° 21 PREGUNTA 7

Tabla 21 PREGUNTA 7

RESPUESTA	CANTIDAD	PORCENTAJE
Spa Peluquería Waltero	147	38%
Olguita Unisex Peluquería	113	30%
Ninguna	123	32%
TOTAL	383	100%

Elaborado por: Johanna Chungandro

Fuente: Investigación de Mercado

Figura N° 21 PREGUNTA 7

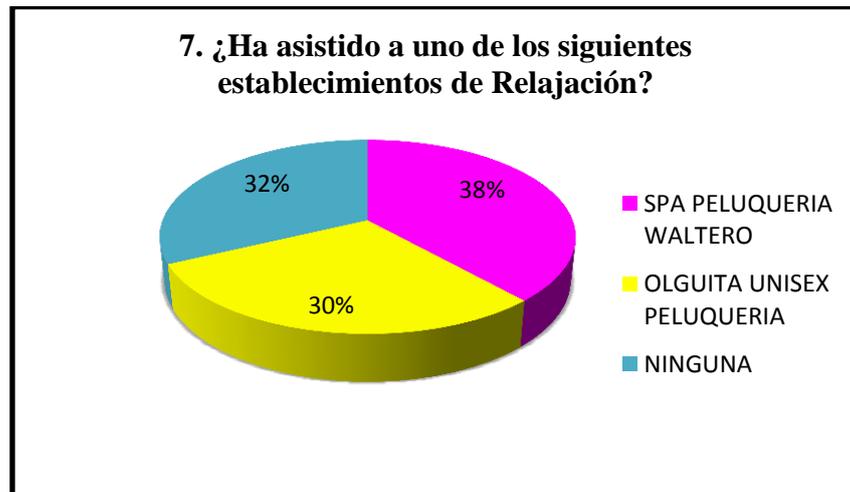


Figura 21 PREGUNTA 7

Elaborado por: Johanna Chungadro

Fuente: Investigación de Mercado

Interpretación: La grafica nos muestra que un 38% de la población de Calderón encuestada marcaron que asistido al SPA peluquería Waltero #1, un 30% a Olguita Unisex Peluquería y que un 32% a Ninguno de estos establecimientos.

Análisis: Nos damos cuenta que un gran porcentaje de la población de Calderón encuestada asistido al SPA peluquería Waltero#1 por este motivo se determinaría que es uno de los lugares de competencia más relevantes.

8. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por el servicio en el Centro de Relajación Ancestral?

Tabla N° 22 PREGUNTA 8

Tabla 22 PREGUNTA 8

RESPUESTA	CANTIDAD	PORCENTAJE
\$25 - \$30	296	77%
\$35 - \$40	87	23%
TOTAL	383	100%

Elaborado por: Johanna Chungandro

Fuente: Investigación de Mercado

Figura N° 22 PREGUNTA

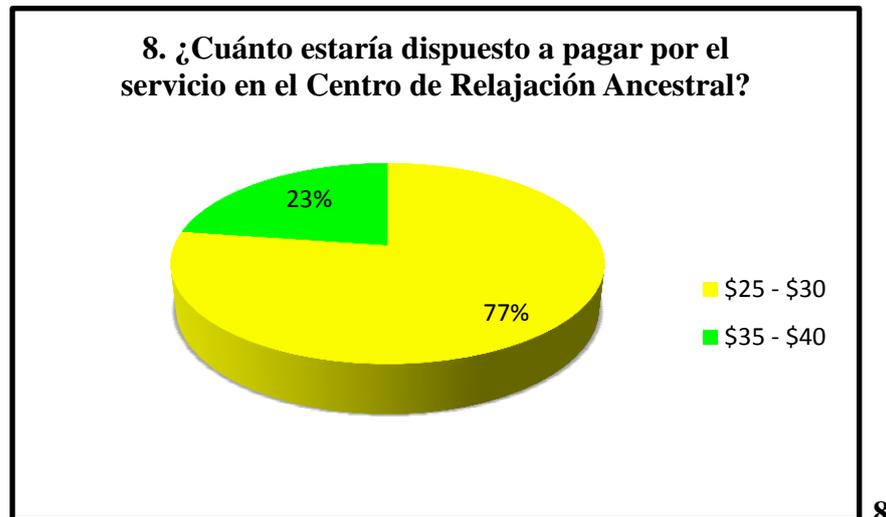


Figura 22 PREGUNTA 8

Elaborado por: Johanna Chungandro

Fuente: Investigación de Mercado

Interpretación: La población de Calderón encuestada seleccionaron un 77% estarían dispuestos a pagar entre \$25.00 y \$30.00 por los servicios del Centro de Relajación Ancestral tanto que el 23% pagarían entre \$35.00 y \$40.00 por los servicios adquiridos.

Análisis: Nos damos cuenta que un gran porcentaje de la población de Calderón encuestada pagaría entre los \$25.00 y \$30.00 ya que será un precio cómodo para todos.

9. ¿Qué servicios le gustaría recibir en el Centro de Relajación Ancestral?

Tabla N° 23 PREGUNTA 9

Tabla 23 PREGUNTA 9

RESPUESTA	CANTIDAD	PORCENTAJE
Baños De Cajón	60	10,02
Masajes Corporales	115	19,20
Masajes Faciales	62	10,35
Lodo terapia	89	14,86
Yoga Prenatal	91	15,19
Todos Los Anteriores	182	30,38
TOTAL	599	100%

Elaborado por: Johanna Chungandro

Fuente. Investigación de Mercado

Figura N°23 PREGUNTA 9

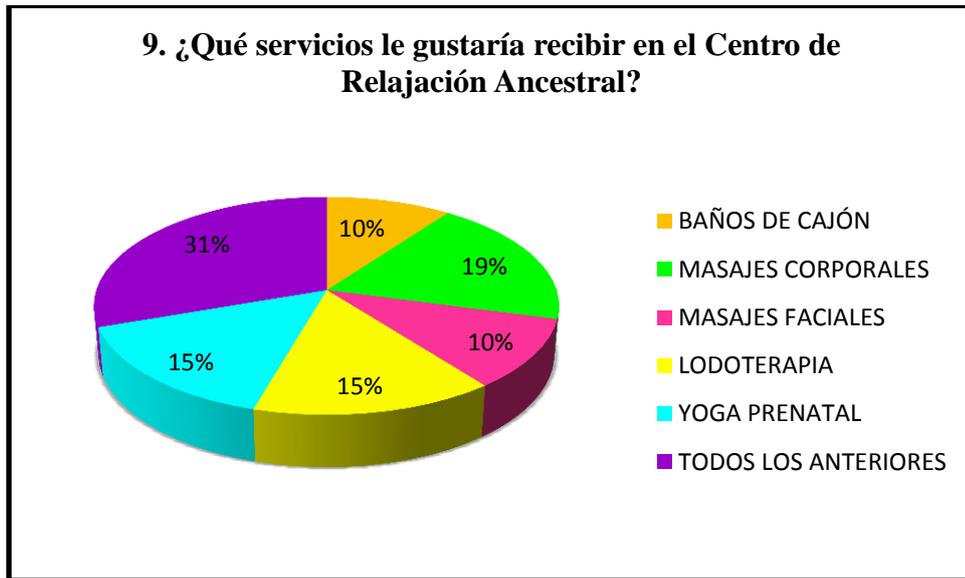


Figura 23 PREGUNTA 9

Elaborado por: Johanna Chungandro

Fuente: Investigación de Mercado

NOTA: Es una pregunta de elección múltiple en donde podemos tener una o más respuesta.

Interpretación: La grafica nos muestra que un 10.02% de la población de Calderón encuestada seleccionaron que les gustaría recibir baños de cajón, un 19.20% masajes corporales, un 10.35% masajes faciales, un 14.86% lodoterapia, un 15.19% yoga prenatal para las mujeres embarazadas y un 30.38% están de acuerdo en que se den todos los servicios mencionados anteriormente.

Análisis: Nos damos cuenta que un gran porcentaje de la población de Calderón encuestada prefiere tener todos los servicios mencionados anteriormente mencionados.

10. ¿Cómo le gustaría cancelar los servicios del Centro de Relajación Ancestral?

Tabla N° 24 PREGUNTA 10

Tabla 24 PREGUNTA 10

RESPUESTA	CANTIDAD	PORCENTAJE
Cada Sesión	64	17%
Cada Quincena	107	28%
Cada Mes	212	55%
TOTAL	383	100%

Elaborado por: Johanna Chungandro

Fuente: Investigación de Mercado

Figura N° 24 PREGUNTA 10

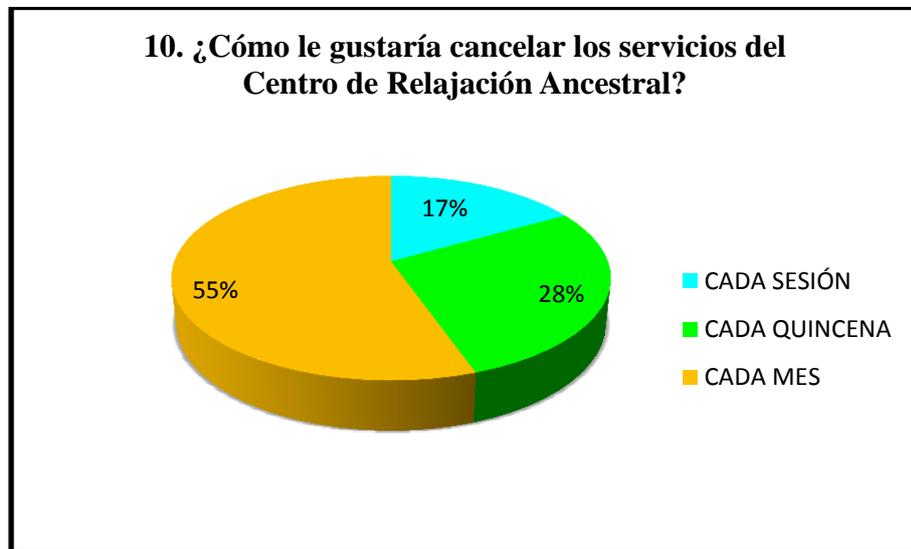


Figura 24 PREGUNTA 10

Elaborado por: Johanna Chungandro

Fuente: Investigación de Mercado

Interpretación: La población de Calderón encuestada seleccionó que desearían pagar sus sesiones en un 17% cada sesión, un 28% cada quincena y un 55% cada mes.

Análisis: Por lo tanto un gran porcentaje de la población de Calderón encuestada prefiere pagar cada mes de sus sesiones en el Centro de Relajación Ancestral.

3.2 Oferta

Es la cantidad de mercancías que se ofrecen a la venta a un precio dado por unidad de tiempo. (ARENA, 1983)

- Es una cantidad establecida de mercaderías o productos que se ofrecen en determinado lugar con un precio establecido para cada uno de ellos.

3.2.1 Oferta histórica

Tabla N° 25 OFERTA HISTÓRICA

Tabla 25 OFERTA HISTÓRICA

OFERTA HISTORICA		
Oferta (Año)	Factor	Oferta
2014	2,70%	\$ 8.124.828,46
2013	2,70%	\$ 7.905.458,09
2012	4,16%	\$ 7.576.591,03
2011	5,41%	\$ 7.166.697,46
2010	3,33%	\$ 6.928.046,43
2009	4,31%	\$ 6.629.447,63

Elaborado por: Johanna Chungandro

3.2.2 Oferta actual

Tabla N° 26 OFERTA ACTUAL

Tabla 26 Oferta actual

OFERTA DE EMPRESAS		
Demanda Actual	%	Oferta Actual
\$ 21.381.127,52	38,00%	\$ 8.124.828,46

Elaborado por: Johanna Chungandro

3.2.3 Oferta proyectada

Tabla N° 27 OFERTA PROYECTADA

Tabla 27 OFERTA PROYECTADA

OFERTA PROYECTADA		
Oferta (Año)	Factor	Oferta
2014	2,70%	\$ 8.124.828,46
2015	2,70%	\$ 8.344.198,82
2016	2,70%	\$ 8.569.492,19
2017	2,70%	\$ 8.800.868,48
2018	2,70%	\$ 9.038.491,93
2019	2,70%	\$ 9.282.531,21

Elaborado por: Johanna Chungandro

3.3 Demanda

Se define como la cantidad y calidad de bienes y servicios que pueden ser adquiridos a los diferentes precios del mercado por un consumidor (demanda individual) o por el conjunto de consumidores (demanda total o de mercado), en un momento determinado. (Herrera, 2013)

- Se refiere a las diferentes formas de adquirir un determinado producto o servicio en un tiempo determinado con precios adecuados para los clientes.

3.4 Demanda histórica

Tabla N° 28 DEMANDA HISTÓRICA

Tabla 28 DEMANDA HISTÓRICA

DEMANDA HISTORICA		
Demanda (Año)	Factor	Demanda
2014	2,18%	\$ 21.381.127,52
2013	2,18%	\$ 20.915.018,94
2012	2,18%	\$ 20.459.071,52
2011	2,18%	\$ 20.013.063,76
2010	2,18%	\$ 19.576.778,97
2009	2,18%	\$ 19.150.005,19

Elaborado por: Johanna Chungandro

3.5 Demanda actual

Tabla N° 29 DEMANDA ACTUAL

Tabla 29 DEMANDA ACTUAL

OFERTA DE EMPRESAS		
Demanda Actual	%	Oferta Actual
\$ 21.381.127,52	38,00%	\$ 8.124.828,46

Elaborado por: Johanna Chungandro

3.6 Demanda proyectada

Tabla N° 30 DEMANDA PROYECTADA

Tabla 30 DEMANDA PROYECTADA

DEMANDA PROYECTADA		
Demanda (Año)	Factor	Demanda
2014	2,18%	\$ 21.381.127,52
2015	2,18%	\$ 21.847.236,09
2016	2,18%	\$ 22.323.505,84
2017	2,18%	\$ 22.810.158,27
2018	2,18%	\$ 23.307.419,72
2019	2,18%	\$ 23.815.521,47

Elaborado por: Johanna Chungandro

3.7 Demanda insatisfecha

Es aquella que no ha sido cubierta en el mercado y que pueda ser cubierta, al menos en parte, por un proyecto; dicho de otro modo, existe demanda insatisfecha cuando la demanda es mayor que la oferta. (LEODARDO, 2011)

- ✓ Se refiere a que los clientes no han quedado satisfechos con el servicio o producto de dicha empresa, sea por el precio, la calidad o la cantidad.

Tabla N° 31 DEMANDA INSATISFECHA

Tabla 31 DEMANDA INSATISFECHA

DEMANDA INSATISFECHA			
Año	Oferta	Demanda	Demanda Insatisfecha
2014	\$ 8.124.828,46	\$ 21.381.127,52	\$ -13.256.299,06
2015	\$ 8.344.198,82	\$ 21.847.236,09	\$ -13.503.037,27
2016	\$ 8.569.492,19	\$ 22.323.505,84	\$ -13.754.013,65
2017	\$ 8.800.868,48	\$ 22.810.158,27	\$ -14.009.289,79
2018	\$ 9.038.491,93	\$ 23.307.419,72	\$ -14.268.927,79
2019	\$ 9.282.531,21	\$ 23.815.521,47	\$ -14.532.990,26

Elaborado por: Johanna Chungandro

Capítulo IV

4. Estudio técnico

Es donde determinaremos la capacidad instalada (los recursos como maquinarias, equipos, tecnología, personal, etc.) con que contamos como empresa, la capacidad utilizada (lo que realmente utilizaremos de nuestros recursos en la producción de los bienes o servicios proyectados) y los costos de producción y operación en que incurriremos durante el proceso de creación del producto. (ALEJANDRO, 2010)

4.1 Tamaño del proyecto

Depende de la magnitud, la naturaleza y el tipo de proyecto que se esté formulando, pues cada proyecto tiene características particulares que, al final, limitaran su tamaño. (POSAS, 2012)

- Se refiere a cuanto vamos a tener de espacio para poder acoplar nuestros recursos para dar un buen servicio o elaborar un buen producto.

4.1.1 Capacidad instalada

Es la que corresponde a toda la capacidad máxima disponible permanentemente.

(MIRANDA, 2005)

- ✓ Se refiere a cuanto espacio tendremos en el local en donde tiene que ser un lugar muy acogedor para los clientes.

Tabla 32 CAPACIDAD INSTALADA

ÁREAS	# CAMILLAS	# CAJONES	# DOMYOS	# FITBALL	# PERSONAS ATENDIDAS
Masajes Corporales	4				3
Masajes Faciales	4				3
Vaporaciones (Saunas, Baños de Cajón)		2			2
Nutrición de la Piel (Mascarillas naturales, Lodo terapia)	4				3
Yoga Prenatal	4		10	10	10

Fuente: Investigación de Mercado

Elaborado por: Johanna Chungandro

4.1.2 Capacidad óptima

Es aquel que se puede basar tanto en la mayor rentabilidad en la demanda presente como en la futura. (KLESSYS, 2012)

- ✓ Esto quiere decir que nos podemos abstener en la capacidad de los servicios que vamos a realizar en un tiempo determinado.

Tabla N° 33 CAPACIDAD ÓPTIMA

Tabla 33 CAPACIDAD ÓPTIMA

ÁREAS	LARGO m2	ANCHO m2
Administrativa	3.86	1.50
Recepción	3.05	4.15
Higiene	2.50	2.07
Masajes Corporales	2.75	3.35
Masajes Faciales	2.60	3.35
Vaporación (Sauna, Baños de Cajón)	2.20	3.35
Nutrición de la Piel (Mascarillas naturales, Lodo terapia)	3.70	3.40
Especial de Yoga Prenatal	5.80	3.05
Bodega	4.15	2.15

Fuente: Investigación de Mercado

Elaborado por: Johanna Chungandro

4.2 Localización

Es el análisis de las variables (factores) que determinan el lugar donde el proyecto logra la máxima utilidad o el mínimo costo. (ENRIQUEZ, 2009)

- ✓ Quiere decir en donde estará ubicado el lugar en el cual se atenderá a los clientes sabiendo que tiene que ser un lugar muy factible para el negocio.

Tabla N° 34 LOCALIZACIÓN

Tabla 34 LOCALIZACIÓN

PAÍS	ECUADOR
PROVINCIA	PICHINCHA
CANTON	QUITO
PARROQUIA	CALDERÓN

Fuente: Investigación de Mercado

Elaborado por: Johanna Chungandro

4.2.1 Macro localización

También llamada macro zona, es el estadio de localización que tiene como propósito encontrar la ubicación más ventajosa para el proyecto. Determinando sus características físicas e indicadores socioeconómicos más relevantes. (JUAN, 2012)

Figura N° 25 MACROLOCALIZACIÓN



Figura 25 MACROLOCALIZACIÓN

Fuente: (UBICACIÓN DE QUITO-PICHINCHA)

4.2.2 Micro localización

Se refiere al lugar exacto donde se levantarán las instalaciones donde se estarán realizando las actividades que establece el proyecto. (JUAN, 2012)

- ✓ El Centro de Relajación Ancestral estará ubicado justamente en la vía de Avenue Carapungo el cual es la calle principal de Calderón ya que aquí se obtendría una visualización más clara del Centro de Relajación Ancestral y por este motivo también es más rápido el acceso.

Figura N° 26 MICROLOCALIZACIÓN



Figura 26 MICROLOCALIZACIÓN

Fuente: (UBICACIÓN DE LA PARROQUIA DE CALDERÓN EN EL MAPA)

4.2.3 Localización óptima

- ✓ Quiere decir cuál va hacer nuestro espacio y como tenemos que distribuirlo de acuerdo a los equipos necesarios para la implementación del negocio

Figura N° 27 LOCALIZACIÓN ÓPTIMA

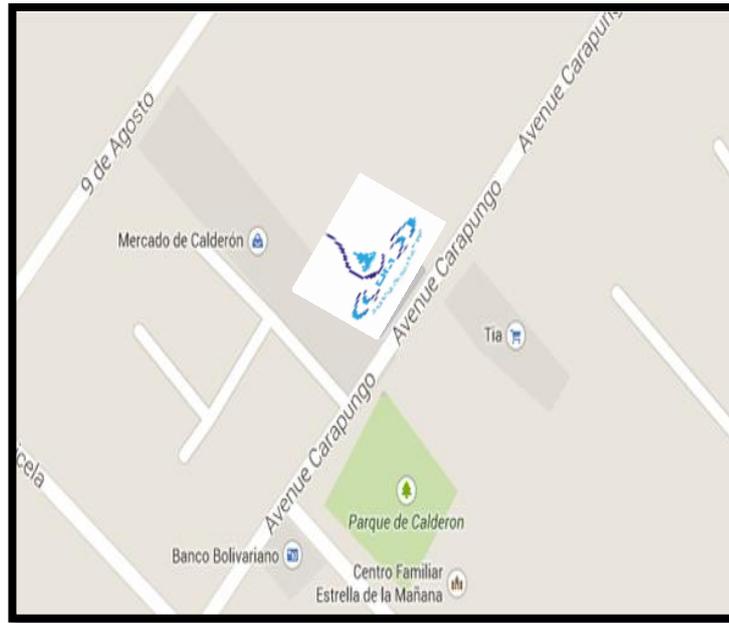


Figura 27 LOCALIZACIÓN ÓPTIMA

Fuente: (UBICACIÓN DE LAS CALLES EN EL MAPA DE CALDERÓN)

Tabla N° 35 LOCALIZACIÓN ÓPTIMA

Tabla 35 LOCALIZACIÓN ÓPTIMA

PARÁMETROS DE LOCALIZACIÓN	PONCENTAJE (%)
Seguridad	15%
Servicios Básicos	10%
Vías de acceso	15%
Cercanía de los clientes	25%
Cercanía de los proveedores	10%
Transporte	10%
Ubicación Geográfica	15%
TOTAL	100%

Elaborado por: Johanna Chungandro

Fuente: Investigación de Mercado

Figura N° 28 LOCALIZACIÓN ÓPTIMA

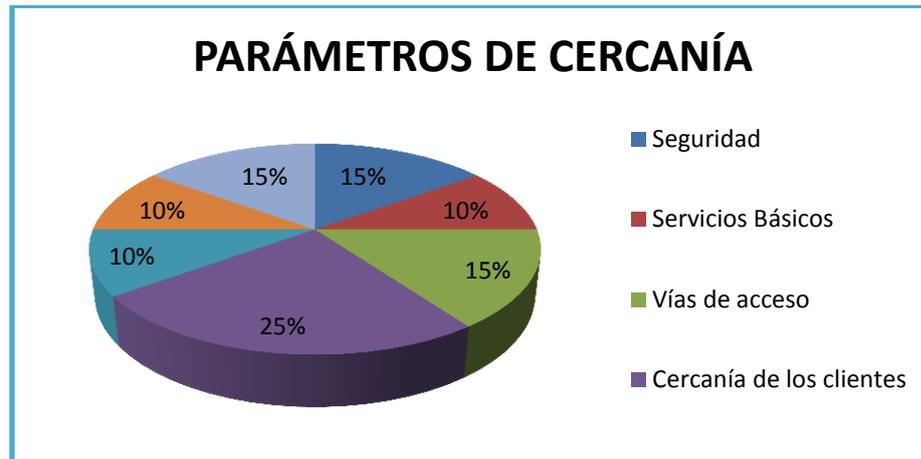


Figura 28 LOCALIZACIÓN ÓPTIMA

Elaborado por: Johanna Chungandro

Fuente: Investigación de Mercado

4.3 Ingeniería del producto

4.3.1 Definición del bys

El Centro de Relajación Ancestral es un proyecto que tiene como objetivo ayudar a controlar el stress en las personas para que puedan desenvolverse mejor en su vida cotidiana, ya que el stress es una enfermedad que ataca a toda la población por este motivo queremos dar un servicio exclusivo el cual tiene tratamientos ancestrales como son los Baños de Cajón, Masajes Corporales y Faciales, Lodo terapias, Sauna, el cual es de gran ayuda para la salud, mente y el cuerpo, además sin olvidar a las Mujeres Embarazadas tendremos Yoga Prenatal y Masajes Circulatorios que les ayudara al momento del parto.

Cada tratamiento que se realizara en el Centro de Relajación Ancestral ayudara al cliente a tener un nivel de vida más saludable y relajante ya que no tendrá que viajar tanto para recibir grandes beneficios para su relajación, teniendo en cuenta que no para todas las personas los tratamientos son recomendables ya que si tiene problemas de salud como son respiratorios o cardiacos no podrán asistir a los Baños de Cajón ni al Sauna.

4.3.2 Distribución de planta

Figura N° 29 DISTRIBUCIÓN DE PLANTA

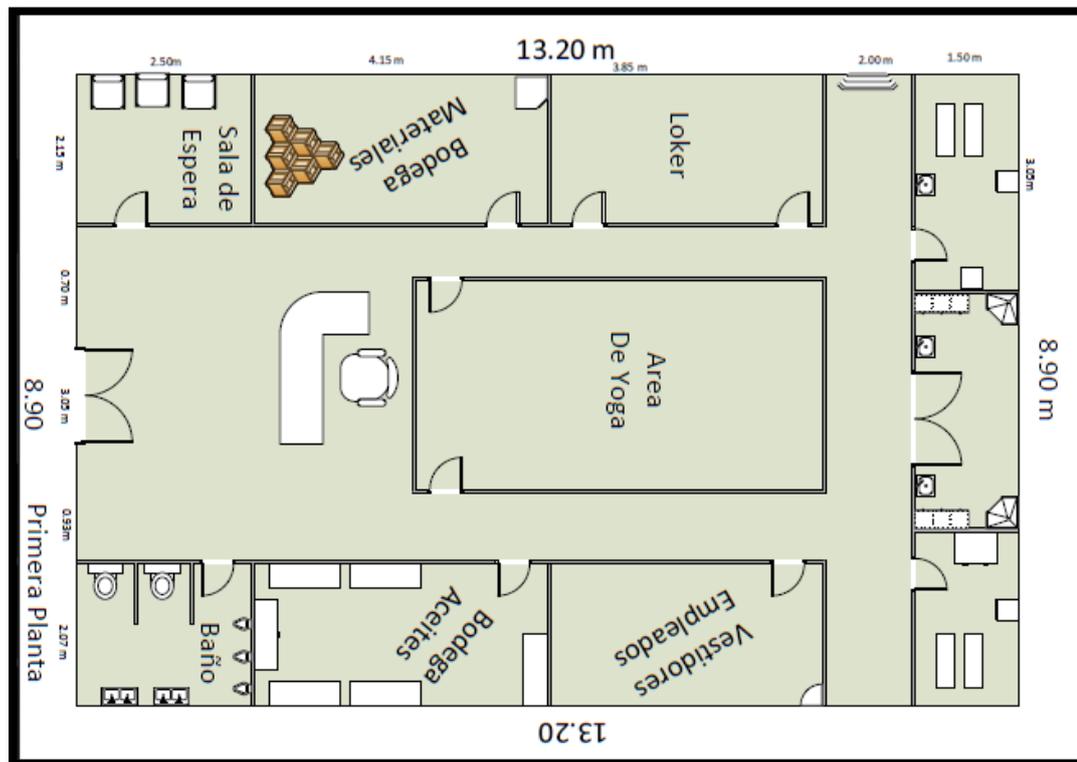


Figura 29 DISTRIBUCIÓN DE PLANTA

Elaborado por: Johanna Chungandro

Figura N° 30 DISTRIBUCIÓN DE LA PLANTA

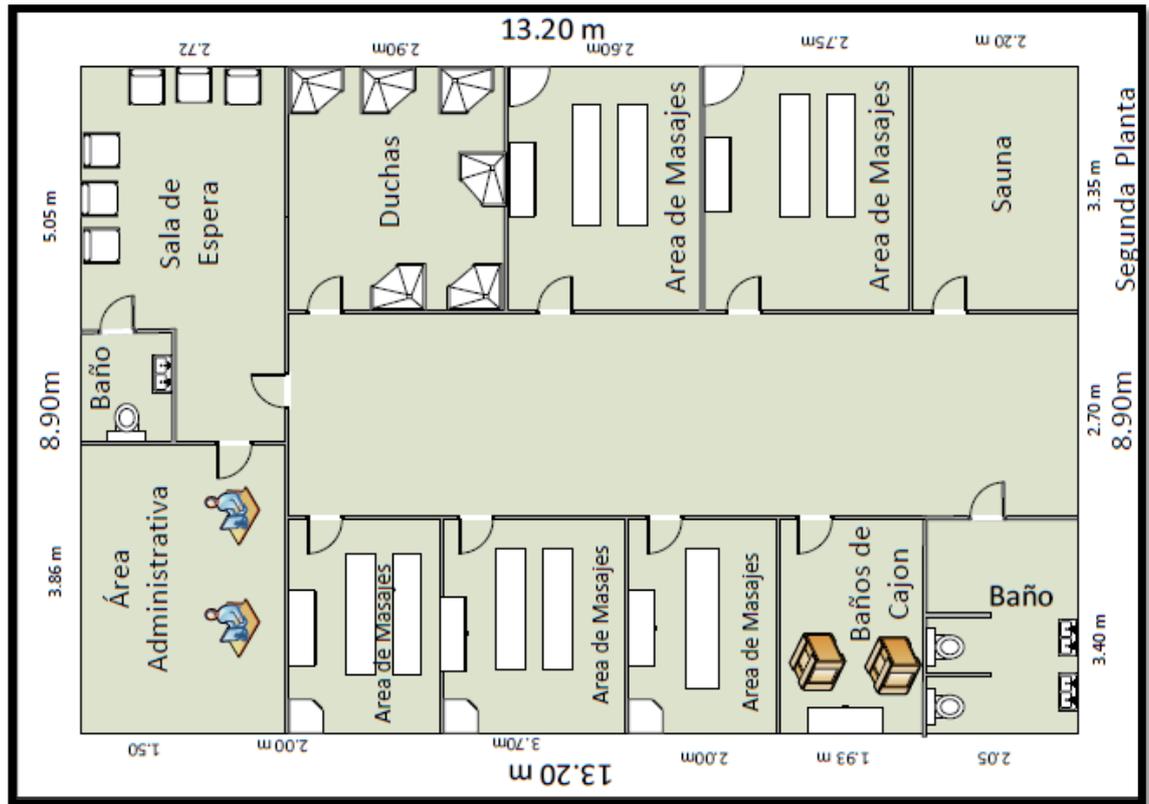


Figura 30 DISTRIBUCIÓN DE LA PLANTA

Elaborado por: Johanna Chungandro

4.3.2.1 MATRIZ SLP

✓ CÓDIGO DE CERCANÍA

A = Absolutamente necesario

E = Especialmente importante

I = Importante

O = Ordinaria o normal

U = Sin importancia

X = Indeseable

➤ **CÓDIGO DE RAZONES**

- 1 = Por control
- 2 = Por higiene
- 3 = Por proceso
- 4 = Por conveniencia
- 5 = Por seguridad

Figura N° 31 MATRIZ SLP

1. Área Administrativa	U								
2. Área de Higiene	3	U							
	E	3	E						
3. Área de Masajes Faciales	3	E	3	U					
	I	2	I	3	U				
4. Área de Masajes Corporales	3	I	3	I	3	U			
	E	3	E	3	E	3	U		
5. Área de Vaporación	3	I	3	I	3	O	3		
	O	3	O	3	U	3			
6. Área de Nutrición de la Piel	3	E	3	E	3				
	O	3	O	3					
7. Área Especial de Yoga Prenatal	3	O	3						
	O	3							
8. Área de Bodega	3								

Figura 31 MATRIZ SLP

Elaborado por: Johanna Chungandro

Fuente: Investigación de Mercado

4.3.3 Proceso productivo

Figura N° 32 PROCESO PRODUCTIVO

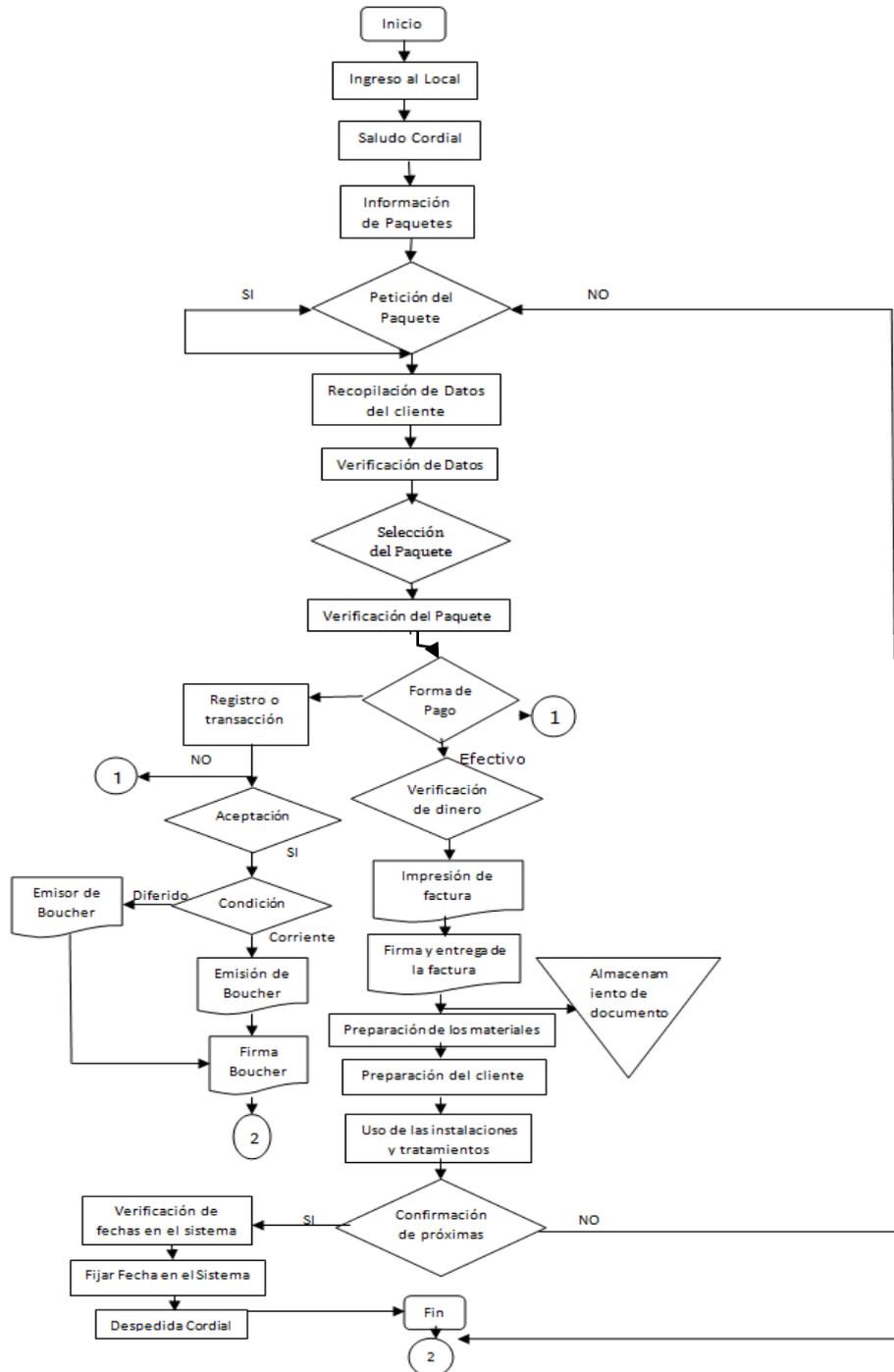


Figura 32 PROCESO PRODUCTIVO

Elaborado por: Johanna Chungandro

Figura N° 33 LODOTERAPIA

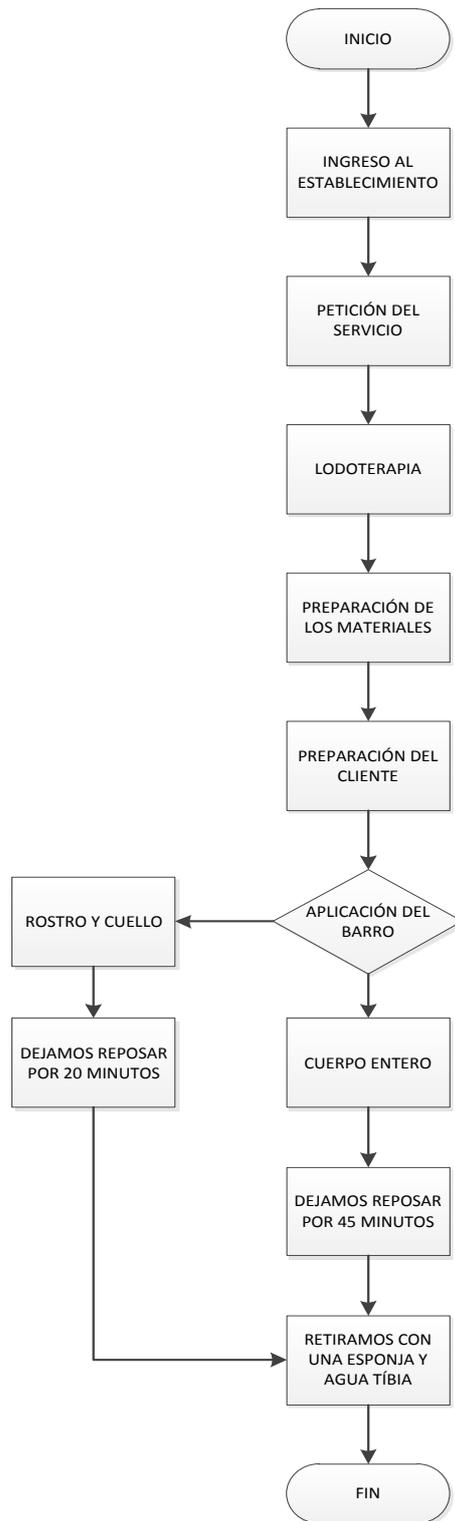


Figura 33 LODOTERAPIA

Elaborado por: Johanna Chungandro

✓ **LODOTERAPIA**

1. Al momento que el cliente está con su piel limpia procedemos a la aplicación del lodo o arcilla totalmente preparada.
2. Dejamos reposar por una media hora hasta una hora el cual es el tiempo recomendado para este tipo de mascarilla que puede ser en el cuerpo como en la cara.
3. Retirar con agua tibia suavemente y listo.

Figura N° 34 MASAJE SUECO



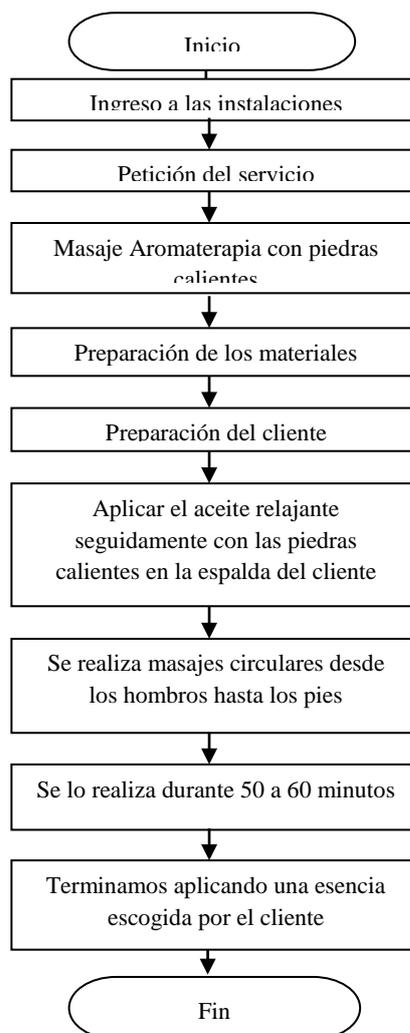
Figura 34 MASAJE SUECO

Elaborado por: Johanna Chungandro

✓ MASAJE SUECO

1. Comenzamos con unos deslizamientos suaves y obviamente colocando las esencias, para relajar para hacer que el cuerpo entre en calor.
2. Luego viene un movimiento en sentido centrípeto (hacia el corazón) para que la fluya la sangre y se renueve.
3. A continuación se realizan los amasamientos, con el fin de tonificar y nutrir los músculos del cuerpo.
4. Finalmente termina después de 45 a 50 minuto

Figura N° 35 MASAJE DE AROMATERAPIA CON PIEDRAS CALIENTES



Elaborado por: Johanna Chungandro

Figura 35 MASAJE DE AROMATERAPIA CON PIEDRAS CALIENTES

✓ **MASAJE DE AROMATERAPIA CON PIEDRAS CALIENTES**

1. En un recipiente con agua colocar las piedras desinfectadas y colocadas las esencias correspondientes.
2. Verificar que las piedras no estén tan calientes y luego comenzar a colocar en la espalda del cliente.
3. En otro recipiente coloca las demás esencias requeridas por el cliente y procede a humedecer los dedos.
4. Comenzar a dar los masajes desde la parte de los hombros hasta llegar a los pies.
5. Finalmente terminaremos en un tiempo de 50 a 60 minutos.

Figura N° 36 MASCARILLA DE CHOCOLATE

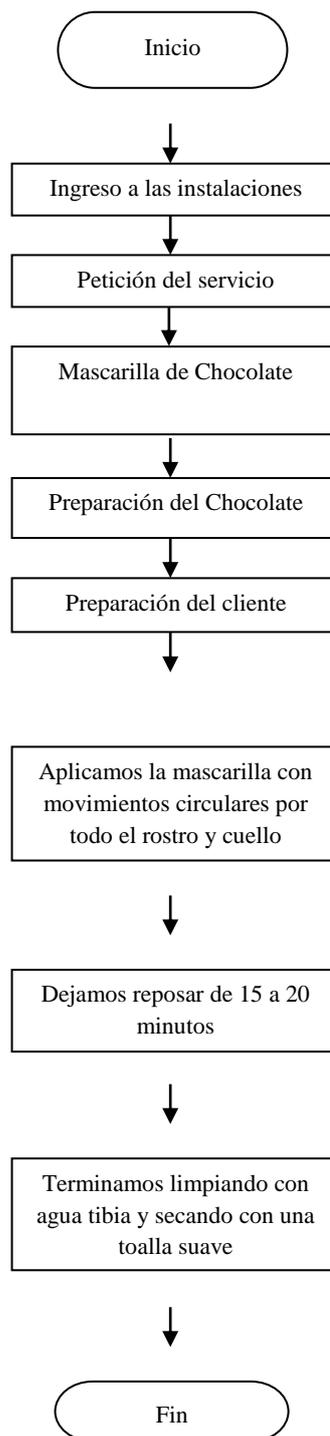


Figura 36 MASCARILLA DE CHOCOLATE

Elaborado por: Johanna Chungandro

✓ **MASCARILLA DE CHOCOLATE**

1. Disolvemos el chocolate en un recipiente a una temperatura adecuada
2. Al momento de tener la piel totalmente limpia procedemos a colocar la mascarilla con movimientos circulares en el rostro y cuello
3. Teniendo cuidado con el contorno de los ojos y de la boca
4. Dejamos reposar de 15 a 20 minutos
5. Retiramos con agua tibia y secamos con una toalla muy suave

Figura N° 37 MASCARILLA DE MIEL

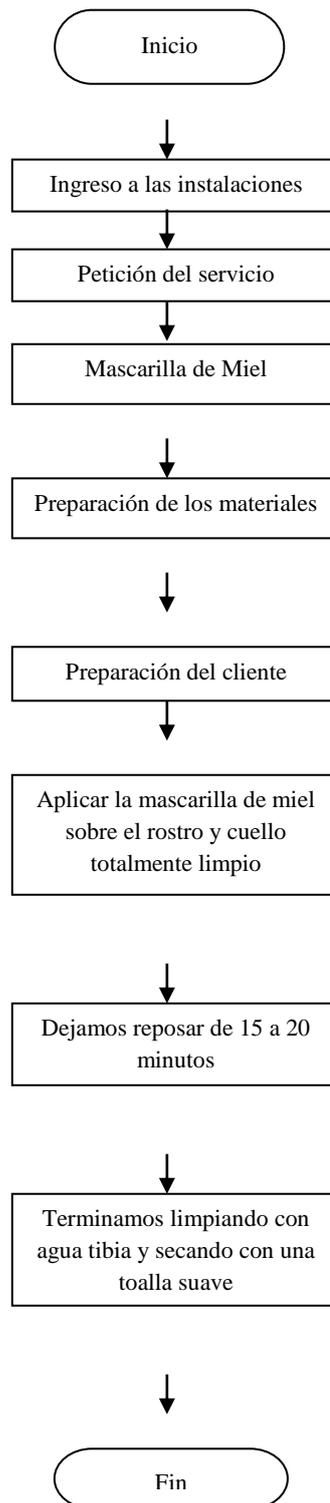


Figura 37 MASCARILLA DE MIEL

Elaborado por: Johanna Chungandro

✓ **MASCARILLA DE MIEL**

1. Colocamos en un recipiente la miel pura
2. Procedemos a limpiar totalmente la piel del rostro y cuello
3. Colocamos la mascarilla de miel con un pincel muy suave
4. Tomando en cuenta el contorno de los ojos y labios
5. Dejamos reposar de 15 a 20 minutos
6. Retiramos con agua tibia y secamos con una toalla muy suave

Figura N° 38 BAÑOS DE CAJÓN

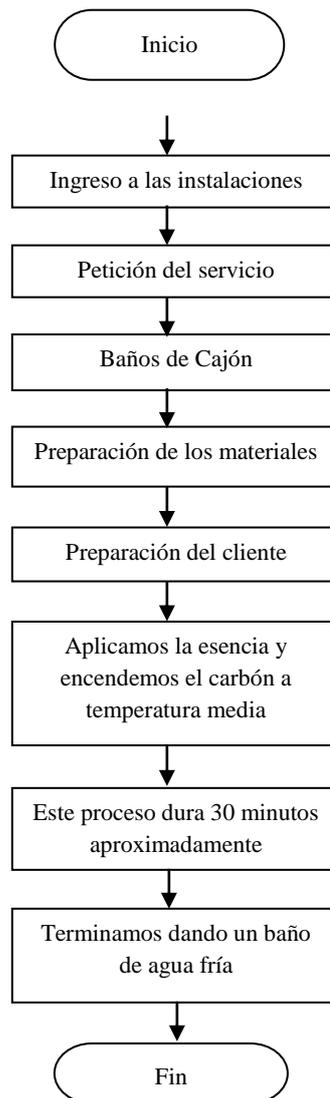


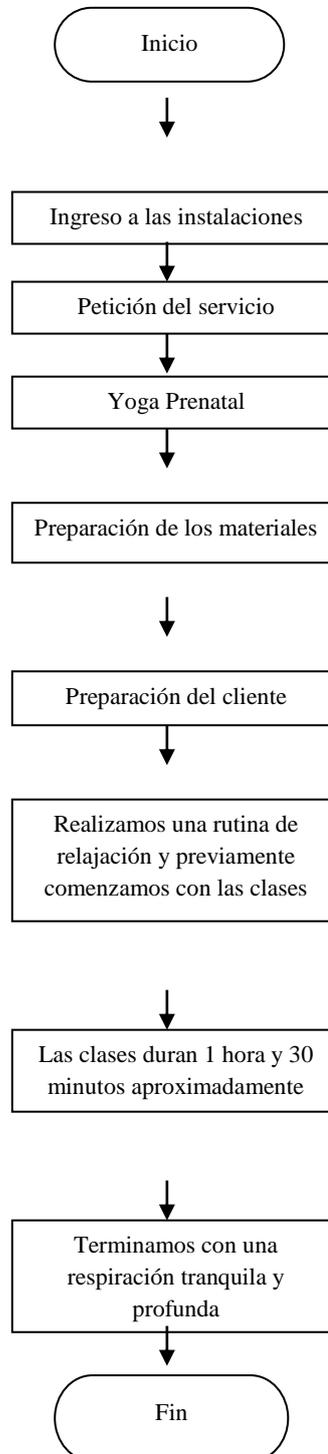
Figura 38 BAÑOS DE CAJÓN

Elaborado por: Johanna Chungandro

✓ **BAÑOS DE CAJÓN**

1. Para poder ingresar al baño de cajón tiene que tener colocado un terno de baño adecuado
2. No tener problemas cardiacos ya que es perjudicial para aquellas personas que sufran cualquier tipo de enfermedad cardiovascular
3. Como se lo realiza en un ambiente cálido y húmedo este tipo de baño provoca sudoración profusa, lo cual ayuda con el acné y psoriasis durante la adolescencia.
4. Pertenecer durante unos 30 minutos dentro del cajón
5. De ahí salir y darse una ducha de agua fría

Figura N° 39 YOGA PRENATAL



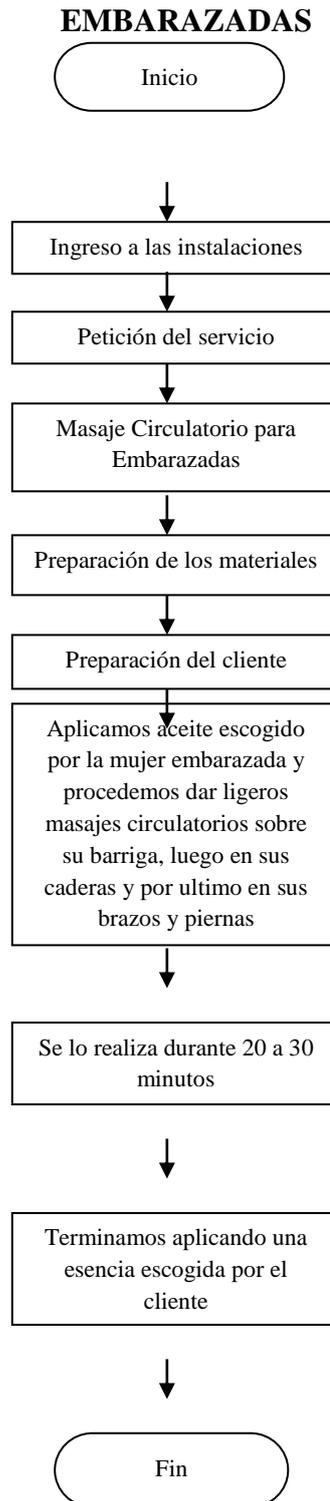
Elaborado por: Johanna Chungandro

Figura 39 YOGA PRENATAL

✓ **YOGA PRENATAL**

1. Tener la vestimenta correcta utilizando los materiales necesarios adquiridos
2. Sentarse encima de una cobija que esta sobre la colchoneta que les ayudara a elevar un poco más las caderas
3. Tener un momento cerrado los ojos y comenzamos con una respiración despacio
4. Comenzamos girando la cabeza de un lado al otro muy despacio
5. Luego despacio poco a poco alzaremos los brazos y con ello abrimos y cerramos las manos
6. Colocamos las manos sobre los hombros y realizamos movimientos circulares muy despacio
7. Tomamos la pelota fitball que nos ayudara en la nueva postura que es de 4 puntos
8. Aquí nos ayudara a levantar despacio cada una de las piernas sosteniéndonos de la pelota firball esto ayudara al estiramiento de piernas
9. Con la ayuda de la pareja las mamita se colocaran semiacostadas y sus parejas les ayudaran a elevarse poco a poco respirando poco a poco
10. Cada sesión durara de 1hora a 1hora con 30 minutos
11. Finalmente terminaremos sentadas de manera de mariposa y con una respiración despacio y calmada

Figura N° 40 MASAJE CIRCULATORIO PARA MUJERES



Elaborado por: Johanna Chungandro

Figura 40 MASAJE CIRCULATORIO PARA MUJERES EMBARAZADAS

✓ **MASAJE CIRCULATORIO PARA MUJERES EMBARAZADAS**

1. Teniendo cuidado con sus barriguitas colocaremos en nuestras manos esencias muy suaves
2. El masaje iniciara sobre todas las extremidades, especialmente en las piernas ya que es donde existe mayor riesgo de hinchazón y pesadez por las alteraciones circulatorias que se producen durante el embarazo.
3. Después iremos por la parte de las caderas y espalda
4. Finalmente terminaremos dando un masaje en los brazos y pies
5. Este masaje durara entre 20 a 30 minutos

4.3.4 Maquinaria

4.3.5 Equipos

Tabla N° 36 MAQUINARIA

Tabla 36 MAQUINARIA

MAQUINARIA			
DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Calentador de Piedras Volcánicas	3	\$ 150,00	\$ 450,00
Baños de Cajón	3	\$ 400,00	\$ 1.200,00
Sauna	1	\$ 750,00	\$ 750,00
TOTAL		\$ 1.300,00	\$ 2.400,00

Elaborado por: Johanna Chungandro



Tabla N° 37 EQUIPO DE COMPUTACIÓN

Tabla 37 EQUIPO DE COMPUTACIÓN

EQUIPO DE COMPUTACIÓN			
DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Computadores HP Pavilion s3220la	2	\$ 450,00	\$ 900,00
Impresoras CANON MP250	1	\$ 280,00	\$ 280,00
Total		\$ 730,00	\$ 1.180,00

Elaborado por: Johanna Chungandro

Tabla N° 38 MUEBLES Y ENSERES
Tabla 38 MUEBLES Y ENSERES

MUEBLES Y ENSERES			
DETALLE	CANTIDAD	VALOR	TOTAL
Escritorio Recepción	2	\$ 220,00	\$ 440,00
Escritorio	1	\$ 130,00	\$ 130,00
Dispensador de Agua	2	\$ 95,00	\$ 190,00
Plasma	2	\$ 1.300,00	\$ 2.600,00
Sillas de Espera	3	\$ 100,00	\$ 300,00
Silla Ejecutiva	1	\$ 130,00	\$ 130,00
Archivador	3	\$ 200,00	\$ 600,00
Camillas	10	\$ 250,00	\$ 2.500,00
Camilla con ducha	2	\$ 340,00	\$ 680,00
Teléfonos	4	\$ 100,00	\$ 400,00
Sillas SPA	15	\$ 80,00	\$ 1.200,00
Anaqueles de ropa	8	\$ 250,00	\$ 2.000,00
Silla Giratoria	2	\$ 110,00	\$ 220,00
TOTAL		\$ 3.305,00	\$ 11.390,00

Elaborado por: Johanna Chungandro

Tabla N° 39 SUMINISTROS DE OFICINA
Tabla 39 SUMINISTROS DE OFICINA

SUMINISTROS DE OFICINA			
DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Esferos	12	\$ 0,30	\$ 3,60
Lápices	12	\$ 0,30	\$ 3,60
Calculadora	2	\$ 12,00	\$ 24,00
Carpetas	10	\$ 2,50	\$ 25,00
Papel Bond	2	\$ 4,50	\$ 9,00
Sellos	2	\$ 3,50	\$ 7,00
Grapadora	2	\$ 6,70	\$ 13,40
Grapas	2	\$ 1,75	\$ 3,50
Perforadora	2	\$ 7,30	\$ 14,60
Goma	2	\$ 1,50	\$ 3,00
Tijera	2	\$ 2,00	\$ 4,00
Posits	3	\$ 0,65	\$ 1,95
Clips	2	\$ 0,50	\$ 1,00
Marcadores (negro/azul)	2	\$ 0,95	\$ 1,90
Cinta Adhesiva	2	\$ 0,50	\$ 1,00
Saca grapas	2	\$ 1,00	\$ 2,00
Resaltador	2	\$ 0,75	\$ 1,50
TOTAL		\$ 46,70	\$ 120,05

Elaborado por: Johanna Chungandro

Tabla N° 40 SERVICIOS BÁSICOS

Tabla 40 SERVICIOS BÁSICOS

SERVICIOS BÁSICOS		
DETALLE	COSTO	COSTO
	MENSUAL	ANUAL
Agua Potable	\$ 80,00	\$ 960,00
Luz Eléctrica	\$ 70,00	\$ 840,00
Teléfono/ Internet	\$ 35,00	\$ 420,00
Total	\$ 185,00	\$ 2.220,00

Elaborado por: Johanna Chungandro

Tabla N° 41 PUBLICIDAD Y PROMOCIÓN

Tabla 41 PUBLICIDAD Y PROMOCIÓN

PUBLICIDAD				
DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	VALOR	VALOR	VALOR
		PAQUETE	MENSUAL	ANUAL
Tarjetas de Presentación	100	\$ 15,00	\$ 60,00	\$ 720,00
Flyer	100	\$ 15,00	\$ 60,00	\$ 720,00
Trípticos	100	\$ 15,00	\$ 60,00	\$ 720,00
TOTAL	300	\$ 45,00	\$ 180,00	\$ 2.160,00

Elaborado por: Johanna Chungandro

Tabla N° 42 MATERIALES INDIRECTOS
Tabla 42 MATERIALES INDIRECTOS

OTRO MATERIALES INDIRECTOS			
DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Desinfectante de manos (galón)	3	\$ 3,00	\$ 9,00
Desinfectante de pisos (galón)	3	\$ 3,50	\$ 10,50
Dispensador de Jabón Líquido	4	\$ 16,50	\$ 66,00
Escoba	3	\$ 1,50	\$ 4,50
Trapeador	3	\$ 2,00	\$ 6,00
Dispensador de Toallas " Kimberly clark"	4	\$ 4,00	\$ 16,00
Toallas desechables para Baño (pqt. 150 unid.)	5	\$ 2,50	\$ 12,50
Ambientador	10	\$ 5,00	\$ 50,00
TOTAL MATEIALES DE ASEO Y LIMPIEZA		\$ 38,00	\$ 174,50

Elaborado por: Johanna Chungandro

Capítulo V

5. Estudio financiero

Es un proceso de recopilación, interpretación y comparación de datos cualitativos y cuantitativos, y de hechos históricos y actuales de una empresa.

(TORO, 2010)

5.1 Ingresos operacionales y no operacionales

Los ingresos operacionales son aquellos ingresos producto de la actividad económica principal de la empresa. (GERENCIE.COM, 2010)

Los ingresos no operacionales son aquellos ingresos diferentes a los obtenidos por el desarrollo de la actividad principal de la empresa, ingresos que por lo general son ocasionales o que son accesorios a la actividad principal.

(GERENCIE.COM, 2010)

- MOD (Mano de obra directa)
- MPD (Materia prima directa)
- CIF (Costos indirectos de fabricación)



Inflación 2,70%

Crecimiento Poblacional 2,18%

proyecto

INGRESOS OPERACIONALES Y NO OPERACIONALES

a:

Tabla N° 43 INGRESOS OPERACIONALES Y NO OPERACIONALES

Tabla 43 INGRESOS OPERACIONALES Y NO OPERACIONALES

SERVICIO	AÑO 1			AÑO 2			AÑO 3			AÑO 4			AÑO 5		
	Q	Precio Unitario	Ingreso												
Masaje Corporal	450	\$ 35,00	\$ 15.750,00	460	\$ 35,95	\$ 16.534,70	470	\$ 36,92	\$ 17.350,29	480	\$ 37,91	\$ 18.197,87	490	\$ 38,94	\$ 19.078,57
Masaje Facial	450	\$ 24,00	\$ 10.800,00	460	\$ 24,65	\$ 11.338,08	470	\$ 25,31	\$ 11.897,34	480	\$ 26,00	\$ 12.478,54	490	\$ 26,70	\$ 13.082,45
Baños de Cajón	300	\$ 7,00	\$ 2.100,00	307	\$ 7,19	\$ 2.207,02	314	\$ 7,38	\$ 2.318,29	321	\$ 7,58	\$ 2.433,97	328	\$ 7,79	\$ 2.554,19

Yoga	35	\$	\$	35	\$	\$	36	\$	\$	37	\$	\$	38	\$	\$
Prenatal	0	80,00	28.000,00	8	82,16	29.413,28	6	84,38	30.882,47	4	86,66	32.409,54	2	89,00	33.996,57
TOTAL			\$		\$		\$		\$		\$		\$		\$
			56.650,00			59.493,08			62.448,39			65.519,92			68.711,79

Elaborado por: Johanna Chungandro

5.1.1 MOD (mano de obra directa)

Es la mano de obra consumida en las áreas que tienen una relación directa con la producción o la prestación de algún servicio. Es la generada por los obreros y operarios cualificados de la empresa. (GUESTC4D8FD, 2009)

Tabla N° 44 MANO DE OBRA DIRECTA

Tabla 44 MANO DE OBRA DIRECTA

MANO DE OBRA DIRECTA											
N°	NOMBRE	CARGO	INGRESOS		TOTAL INGRESOS	9,45% AP. PERS.	DECIMO TERCERO	DECIMO CUARTO	FONDOS DE RESERVA	PROVISIONES	TOTAL
			SUELDO	HORAS EXTRAS							
2	Maite Fuentes	Masajista	\$ 340,00	\$ 58,84	\$ 398,84	\$ 37,69	\$ 28,33	\$ 28,33	\$ 28,33	\$ 85,00	\$ 483,84
	Cristina Arias	Masajista	\$ 340,00	\$ 58,84	\$ 398,84	\$ 37,69	\$ 28,33	\$ 28,33	\$ 28,33	\$ 85,00	\$ 483,84

3	Margari ta Rodríguez	Capacitadora Yoga	\$ 351,00	\$ 58,72	\$ 409,72	\$ 38,72	\$ 29,25	\$ 28,33	\$ 29,25	\$ 86,83	\$ 496,55
	TOTAL		\$ 1.031,00	\$ 176,40	\$ 1.207,40	\$ 114,10				\$ 256,83	\$ 1.464,23

Elaborado por: Johanna Chungandro

5.1.2 MPD (materia prima directa)

Todos los elementos que se incluyen en la elaboración de un producto, tiene incluido una serie de elementos y subproductos, que mediante un proceso de transformación permitieron la confección del producto final. (GONZALEZ, 2013)

Tabla N° 45 MATERIA PRIMA DIRECTA

Tabla 45 MATERIA PRIMA DIRECTA

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Aceites (cajas de 12)	60	\$ 3,50	\$ 210,00
Esencias (cajas de 12)	62	\$ 3,50	\$ 217,00
Barro (libras)	12	\$ 12,00	\$ 144,00
Chocolate (libras)	12	\$ 11,00	\$ 132,00
Miel (frascos 500gramos)	62	\$ 2,00	\$ 703,00
TOTAL MATERIA PRIMA		\$ 32,00	\$ 1.406,00

Elaborado por: Johanna Chungandro

5.1.3 CIF (costos indirectos de fabricación)

Comprenden aquellos costos de producción que no son ni materiales directos ni mano de obra directa, "El problema" consiste en saber asignarlos (cargarlos) convenientemente en las distintas ordenes de producción. (LELIDADDY, 2012)

5.2 Costos

Es un egreso que representa el valor de los recursos que se erogan en la realización de actividades que generan ingreso por tanto, es recuperable, está directamente relacionado con el producto y/o servicio que brinda la empresa en cuestión, el cual; es inherente con el giro de la empresa. (JESUS RAFAEL, 2010)

5.2.1 Costo directo

Es todo aquel costo que se puede asociar directamente a la producción de un solo producto, y que por tanto sólo debe figurar en la contabilidad de costos de ese producto. (LOAIZA, 2012)

Son todos los costos que se los pueden asociar directamente con la elaboración de un producto o prestación de un servicio.

Tabla N° 46 COSTO DIRECTO

Tabla 46 COSTO DIRECTO

COSTO DIRECTO	
Materia Prima	\$ 1.406,00
Mano de Obra Directa	\$ 4.135,87
Prestaciones Sociales	\$ 256,83
TOTAL	\$ 5.798,70

Elaborado por: Johanna Chungandro

5.2.2 Costos indirectos

Son aquellos costos que afectan al proceso productivo en general de uno o más productos, por lo que no se puede asignar directamente a un solo producto sin usar algún criterio de asignación. (LOAIZA, 2012)

Son los costos que no se los pueden asociar directamente con la elaboración del producto o prestación de servicio ya que afecta en su elaboración.

Tabla N° 47 COSTOS INDIRECTOS

Tabla 47 COSTOS INDIRECTOS

COSTOS INDIRECTOS	
Sueldos y Salarios (MOI)	\$ 2.595,61
Prestaciones Sociales	\$ 170,00
Útiles de Aseo	\$ 174,50
Servicios Básicos	\$ 2.220,00
Depreciación de la Maquinaria	\$ 240,00
TOTAL	\$ 5.400,11

Elaborado por: Johanna Chungandro

5.2.3 Gastos

Se le define como la salida de dinero que realiza una empresa o una persona natural, que como objetivo tiene la administración adecuada del proceso productivo o un negocio, promoción y la distribución de productos o de los servicios prestados. (MASOLC, 2012)

5.2.3.1 gastos administrativos

Son desembolsos que están relacionados con las actividades de gestión, por ejemplo, los gastos laborales (sueldos, gratificaciones, seguros) de los gerentes, administradores y auxiliares de la empresa, los alquileres, los materiales y útiles de oficina, los seguros, la depreciación (de edificios administrativos, equipos de oficina, máquinas, muebles), los impuestos, la electricidad, el agua, etc. (ELIAS, 2012)

Tabla N° 48 GASTOS DE ADMINISTRACIÓN

Tabla 48 GASTOS DE ADMINISTRACIÓN

GASTOS DE ADMINISTRACIÓN	
Sueldos y salarios	\$ 5.633,88
Prestaciones sociales	\$ 1.158,00
Servicios Básicos	\$ 666,00
Depreciación Muebles y Enseres	\$ 1.139,00
Depreciación Equipo de Cómputo	\$ 393,33
Amortización	\$ 187,00
Gastos organización empresa	\$ 935,00
TOTAL	\$ 10.112,21

Elaborado por: Johanna Chungandro

5.2.4 Costo de ventas

Es el costo en que se incurre para comercializar un bien, o para prestar un servicio. Es el valor en que se ha incurrido para producir o comprar un bien que se vende.

Tabla N° 49 GASTOS DE VENTAS

Tabla 49 GASTOS DE VENTAS

GASTOS DE VENTAS	
Servicios Básicos	\$ 222,00
Alquileres	\$ 4.800,00
Publicidad	\$ 2.160,00
TOTAL	\$ 7.182,00

Elaborado por: Johanna Chungandro

5.2.5 Costos financieros

Contempla el costo final que el consumidor deberá pagar, dado que incluye no sólo la tasa de interés, sino toda esta serie de gastos y comisiones. (STAFF, 2011)

Tabla N° 50 COSTOS FINANCIEROS

Tabla 50 COSTOS FINANCIEROS

COSTOS FINANCIEROS	
Amortización de Intereses	\$ 363,11
TOTAL	\$ 363,11

Elaborado por: Johanna Chungandro

5.2.6 Costos fijos y variables

Costos Fijos son los que no varían con los cambios en el volumen de las ventas o en el nivel de producción. (LINOcup, 2012)

Costos Variables son los que varían en proporción al volumen de las ventas o al nivel de la actividad. (LINOcup, 2012)

Tabla N° 51 COSTOS VARIABLES

Tabla 51 COSTOS VARIABLES

COSTOS VARIABLES	\$ 5.798,70
MATERIA PRIMA DIRECTA	\$ 8.436,00
Aceites (cajas de 12)	\$ 210,00
Esencias (cajas de 12)	\$ 217,00
Barro (libras)	\$ 144,00
Chocolate (libras)	\$ 132,00
Miel (frascos 500gramos)	\$ 703,00
Total de Materia Prima	\$ 1.406,00
MANO DE OBRA DIRECTA	
Sueldos y Salarios	\$ 1.464,23
Total de Mano de Obra Directa	\$ 4.392,70
COSTOS FIJOS	\$ 3.010,11
MANO DE OBRA INDIRECTA	\$ 7.786,82
Sueldos y Salarios	\$ 2.595,61
Total de Mano de Obra Indirecta	\$ 2.595,61
OTROS COSTOS INDIRECTOS	
Desinfectante de manos (galón)	\$ 9,00
Desinfectante de pisos (galón)	\$ 10,50
Dispensador de Jabón Líquido	\$ 66,00
Escoba	\$ 4,50
Trapeador	\$ 6,00
Dispensador de Toallas " Kimberly clark"	\$ 16,00
Toallas desechables para Baño (pqt. 150 unid.)	\$ 12,50
Ambientador	\$ 50,00
Depreciación Maquinaria y Equipo	\$ 240,00
Total otros costos Indirectos	\$ 414,50

Elaborado por: Johanna Chungandro

5.2 Inversiones

También denominadas activos financieros son un conjunto de recursos efectivos que una empresa coloca en otras empresas, con la finalidad de obtener transitoria o permanentemente una fuente adicional de ingresos, o acceder al control total o parcial de la entidad emisora. (ZAMBRANO, 2011)

Tabla N° 52 INVERSIONES

Tabla 52 INVERSIONES

RESUMEN DE INVERSIÓN	
ACTIVOS FIJOS	\$ 15.090,05
Equipo y Maquinaria	\$ 2.400,00
Muebles y Enseres	\$ 11.390,00
Equipo de Oficina	\$ 120,05
Equipo de Computación	\$ 1.180,00
ACTIVOS CORRIENTES	\$ 7.553,70
Capital de Trabajo	\$ 7.553,70
ACTIVOS DIFERIDOS	\$ 935,00
Gastos de Constitución	\$ 935,00
TOTAL DE LA INVERSIÓN	\$ 23.578,75

Elaborado por: Johanna Chungandro

5.2.1 Inversión fija

Son aquellos recursos tangibles y no tangibles necesarios para la realización del proyecto, tiene una vida útil mayor a un año el cual se deprecian. (PASPUEL, 2012)

5.2.1.1 activos fijos

Son bienes de la empresa que tienen una vida relativamente larga y no están para la venta dentro de las actividades normales de la empresa, y solo están para su servicio. (1991, 2012)

Tabla N° 53 ACTIVOS FIJOS

Tabla 53 ACTIVOS FIJOS

ACTIVOS FIJOS		
DETALLE	USO DE FONDO	RECURSO PROPIO
Muebles Y Enseres	\$ 5.265,00	\$ 5.265,00
Suministros De Oficina	\$ 120,05	\$ 120,05
Maquinaria Y Equipo	\$ 1.290,00	\$ 1.290,00
Equipos De Computo	\$ 1.880,00	\$ 1.880,00
TOTAL	\$ 8.555,05	\$ 8.555,05

Elaborado por: Johanna Chungandro

5.2.1.2 Activos nominales (diferidos)

No son otra cosa que unos gastos ya pagados pero aún no utilizados, cuyo objetivo es no afectar la información financiera de la empresa en los periodos en los que aun no se han utilizado esos gastos. (BILLY, 2009)

Tabla N° 54 ACTIVOS DIFERIDOS

Tabla 54 ACTIVOS DIFERIDOS

ACTIVOS DIFERIDOS			
DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	VALOR	TOTAL
Constitución de la Empresa	1	\$ 450,00	\$ 450,00
Notario	1	\$ 35,00	\$ 35,00
Licencias y Permisos Sanitarios	1	\$ 250,00	\$ 250,00
Marcas y Patentes	1	\$ 200,00	\$ 200,00
GASTOS DE CONSTITUCION		\$ 935,00	\$ 935,00

Elaborado por: Johanna Chungandro

5.2.2 Capital de trabajo

Es el fondo económico que utiliza la Empresa para seguir reinvertiendo y logrando utilidades para así mantener la operación corriente del negocio. (PUNTUAL, 2012)

Tabla N° 55 CAPITAL DE TRABAJO
Tabla 55 ACTIVOS DIFERIDOS

CAPITAL DE TRABAJO				
DESCRIPCIÓN	1 MES	2 MESES	3 MESES	TOTAL
Sueldos Personal	\$ 1.464,23	\$ 1.464,23	\$ 1.464,23	\$ 4.392,70
Arriendo	\$ 400,00	\$ 400,00	\$ 400,00	\$ 1.200,00
Servicios Básicos	\$ 185,00	\$ 185,00	\$ 185,00	\$ 555,00
Materia Prima	\$ 1.406,00	\$ 1.406,00	\$ 1.406,00	\$ 1.406,00
TOTAL	\$ 3.455,23	\$ 3.455,23	\$ 3.455,23	\$ 7.553,70

Elaborado por: Johanna Chungandro

5.2.3 AMORTIZACIÓN DE FINANCIAMIENTO (TABLAMORTIZACIÓN)
TABLA DE AMORTIZACIÓN

Inversión	:	100%	\$ 23.578,75	
Cap. Propio	:	30%	\$ 7.073,63	
Financiamiento	:	70%	\$ 16.505,13	
Plazo	:			5 MESES
Interés	:			11% 2,20%
Pagos	:		ANUAL	

Tabla N° 56 TABLA DE AMORTIZACIÓN
Tabla 56 TABLA DE AMORTIZACIÓN

Periodo	Saldo	Interés	Cuota Fija	Capital	Saldo Insoluto
0	\$ 16.505,13	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 16.505,13
1	\$ 16.505,13	\$ 363,11	\$ 3.522,05	\$ 3.158,94	\$ 13.346,18
2	\$ 13.346,18	\$ 293,62	\$ 3.522,05	\$ 3.228,44	\$ 10.117,75
3	\$ 10.117,75	\$ 222,59	\$ 3.522,05	\$ 3.299,46	\$ 6.818,29
4	\$ 6.818,29	\$ 150,00	\$ 3.522,05	\$ 3.372,05	\$ 3.446,24
5	\$ 3.446,24	\$ 75,82	\$ 3.522,05	\$ 3.446,24	\$ 0,00
TOTAL		\$ 1.105,14	\$ 17.610,26	\$ 16.505,13	

Elaborado por: Johanna Chungandro

5.2.4 DEPRECIACIONES

Es la distribución sistemática del importe depreciable de un activo a largo de su vida útil. (FAICAN, 2012)

Tabla N° 57 CUADRO DE DEPRECIACIONES

Tabla 57 CUADRO DE DEPRECIACIONES

FIJO	Valor	V.U	Año1	Año2	Año3	Año4	Año5	Valor Residual
Equipo y Maquinaria	\$ 2.400,00	10	\$ 240,00	\$ 240,00	\$ 240,00	\$ 240,00	\$ 240,00	\$ 1.200,00
Muebles y Enseres	\$ 11.390,00	10	\$ 1.139,00	\$ 1.139,00	\$ 1.139,00	\$ 1.139,00	\$ 1.139,00	\$ 5.695,00
Equipo de Oficina	\$ 120,05	10	\$ 12,01	\$ 12,01	\$ 12,01	\$ 12,01	\$ 12,01	\$ 60,03
Equipo de Computación	\$ 1.180,00	3	\$ 393,33	\$ 393,33	\$ 393,33	\$ 393,33	\$ 393,33	\$ 590,00
TOTAL	\$ 15.090,05		\$ 1.784,34	\$ 7.545,03				

Elaborado por: Johanna Chungandro

5.2.4 Estado de situación inicial

También llamado balance general o balance de situación, es un informe financiero o estado contable que refleja la situación del patrimonio de una empresa en un momento determinado. (TOVAR, 2011)

EMPRESA " CENTRO DE RELAJACION ANCESTRAL "

ESTADO DE SITUACIÓN FINANCIERA

del 1 de Enero del 2014

ACTIVO

Activo Corriente		\$ 7.553,70
Bancos	\$ 7.553,70	
Activo No Corriente		\$ 15.090,05
Equipo y Maquinaria	\$ 2.400,00	
Muebles y Enseres	\$ 11.390,00	
Equipo de Oficina	\$ 1.180,00	
Equipo de Computación	\$ 120,05	
Otros Activos		\$ 935,00
Gastos de Constitución	\$ 935,00	
TOTAL ACTIVO		\$ 23.578,75



PASIVO

Pasivo Corriente **\$ 16.505,13**

Documentos por Pagar \$ 16.505,13

TOTAL PASIVO **\$ 16.505,13**

PATRIMONIO **\$ 7.073,63**

Capital social \$ 7.073,63

TOTAL PASIVO + PATRIMONIO **\$ 23.578,75**

GERENTE

CONTADOR

5.2.5 Estado de resultados proyectado (a cinco años)

También conocido como estado de ganancias y pérdidas, es un estado financiero conformado por un documento que muestra detalladamente los ingresos, los gastos y el beneficio o pérdida que ha generado una empresa durante un periodo de tiempo determinado. (ARTURO, 2012)

Tabla N° 58 ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADO
Tabla 58 ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADO
Tasa de Inflación: 2,70%

Descripción		Año 2011	Año 2012	Año 2013	Año 2014	Año 2015
	VENTAS	\$ 56.650,00	\$ 59.493,08	\$ 62.448,39	\$ 65.519,92	\$ 68.711,79
(-)	Costo de Producción	\$ 26.500,00	\$ 27.215,50	\$ 27.950,32	\$ 28.704,98	\$ 29.480,01
(=)	Utilidad Bruta en Ventas	\$ 30.150,00	\$ 32.277,58	\$ 34.498,08	\$ 36.814,95	\$ 39.231,78
(-)	Gastos Operacionales					
	Gastos Administrativos	\$ 10.112,21	\$ 10.385,24	\$ 10.665,64	\$ 10.953,62	\$ 11.249,36
	Gastos de Ventas	\$ 7.182,00	\$ 7.375,91	\$ 7.575,06	\$ 7.779,59	\$ 7.989,64
	Gastos Financieras	\$ 363,11	\$ 293,62	\$ 222,59	\$ 150,00	\$ 75,82
(=)	Utilidad Operacional	\$ 12.492,67	\$ 14.222,81	\$ 16.034,78	\$ 17.931,74	\$ 19.916,96
(-)	Impuesto a la Renta	\$ 104,13	\$ 238,28	\$ 419,48	\$ 636,01	\$ 874,23
	Utilidad Neta	\$ 12.388,54	\$ 13.984,53	\$ 15.615,30	\$ 17.295,73	\$ 19.042,72

Elaborado por: Johanna Chungandro

Tabla N° 59 ESTADO DE RESULTADO PROYECTADO
Tabla 59 ESTADO DE RESULTADO PROYECTADO

\$	\$	\$	\$	\$
12.492,67	14.222,81	16.034,78	17.931,74	19.916,96
\$	\$	\$	\$	\$
10.410,00	13.270,00	13.270,00	16.590,00	16.590,00
\$	\$	\$	\$	\$
2.082,67	952,81	2.764,78	1.341,74	3.326,96
\$	\$	\$	\$	\$
0,05	0,10	0,10	0,12	0,12
\$	\$	\$	\$	\$
104,13	95,28	276,48	161,01	399,23
\$	\$	\$	\$	\$
-	143,00	143,00	475,00	475,00
\$	\$	\$	\$	\$
104,13	238,28	419,48	636,01	874,23

Elaborado por: Johanna Chungandro

Tabla N° 60 IMPUESTO A LA RENTA

Tabla 60 IMPUESTO A LA RENTA

Para el año 2014 la tabla vigente para liquidar el Impuesto a la Renta es la siguiente:

Año 2014 - En dólares			
Fracción Básica	Exceso Hasta	Impuesto Fracción Básica	Impuesto Fracción Excedente
-	10.410	0	0%
10.410	13.270	0	5%
13.270	16.590	143	10%
16.590	19.920	475	12%
19.920	39.830	875	15%
39.830	59.730	3.861	20%
59.730	79.660	7.841	25%
79.660	106.200	12.824	30%
106.200	En adelante	20.786	35%

5.2.1 FLUJO DE CAJA

El flujo de caja es un estado financiero básico que presenta, de una forma dinámica, el movimiento de entrada y salidas de efectivo de una empresa, en un periodo determinado de tiempo y la situación de efectivo al final del mismo período. (yeimithculman, 2012)

Tabla N° 61 ESTADO DE FLUJO DE CAJA

Tabla 61 ESTADO DE FLUJO DE CAJA

ESTADO DE FLUJO DE CAJA						
	0	1	2	3	4	5
FUENTES	\$ 23.578,75	\$ 14.359,88	\$ 15.955,87	\$ 17.586,64	\$ 19.267,07	\$ 36.112,78
Aporte Propio	\$ 7.073,63					
Préstamos	\$ 16.505,13					
Utilidad Neta		\$ 12.388,54	\$ 13.984,53	\$ 15.615,30	\$ 17.295,73	\$ 19.042,72
Depreciación		\$ 1.784,34	\$ 1.784,34	\$ 1.784,34	\$ 1.784,34	\$ 1.784,34
Amortización De La Inversión		\$ 187	\$ 187	\$ 187	\$ 187	\$ 187
Valor Residual						\$ 7.545,03
Capital De Trabajo						\$ 7.553,70

USOS	\$ 23.578,75	\$ 363,11	\$ 293,62	\$ 222,59	\$ 150,00	\$ 75,82
Inversión Fija	\$ 15.090,05					
Inversión Diferida	\$ 935,00					
Capital De Trabajo	\$ 7.553,70					
Amortización		\$ 363,11	\$ 293,62	\$ 222,59	\$ 150,00	\$ 75,82
FLUJO ACTUAL	\$ -	\$ 13.996,77	\$ 15.662,25	\$ 17.364,05	\$ 19.117,06	\$ 36.036,97
FLUJO ACUMULADO	\$ -	\$ 13.996,77	\$ 29.659,02	\$ 47.023,06	\$ 66.140,13	\$ 102.177,09

Elaborado por: Johanna Chungandro

Tabla N° 62 FLUJO DE INVERSIÓN AJUSTADO

Tabla 62 FLUJO DE INVERSIÓN AJUSTADO

FLUJO DE INVERSIÓN AJUSTADO						
DETALLE	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Inversión Real	\$ 23.578,75				\$ 1.180,00	
Préstamos	\$ 16.505,13				0	
FLUJO AJUSTADO DE INVERSIONES	\$ 7.073,63				\$ 1.180,00	
FLUJO NETO FINANCIERO						
Flujo De Inversiones Ajustado	\$ 7.073,63				\$ 1.180,00	
FLUJO ACTUAL		\$ 13.996,77	\$ 15.662,25	\$ 17.364,05	\$ 19.117,06	\$ 36.036,97
FLUJO NETO	\$ 7.073,63	\$ 13.996,77	\$ 15.662,25	\$ 17.364,05	\$ 20.297,06	\$ 36.036,97

Elaborado por: Johanna Chungandro

5.3 Evaluación

5.3.1 TASA DE DESCUENTO

Tabla N° 64 TASA DE DESCUENTO

Tabla 63 TASA DE DESCUENTO

TMAR=	TASA ACTIVA + TASA PASIVA	
	TMAR=	8,17%
TMAR=	12,70%	

Elaborado por: Johanna Chungandro

5.3.2van

$$\begin{aligned}
 \text{VAN} = & \quad -I \quad + \quad \frac{\text{FNE 1}}{(1+i)^1} \quad + \quad \frac{\text{FNE 2}}{(1+i)^2} \quad + \quad \frac{\text{FNE 3}}{(1+i)^3} \quad + \quad \frac{\text{FNE 4}}{(1+i)^4} \quad + \quad \frac{\text{FNE 5}}{(1+i)^5} \\
 & \quad \$ \quad \quad \quad \$ \quad \quad \quad \$ \\
 \text{VAN} = & \quad (23.578,75) + \frac{13.996,77}{1,127} \quad + \quad \frac{15.662,25}{1,270129} \quad + \quad \frac{\$ 17.364,05}{1,431435383} \quad + \quad \frac{\$ 20.297,06}{1,613227676641} \quad + \quad \frac{\$ 36.036,97}{1,81811} \\
 & \quad \$ \quad \quad \quad \$ \quad \quad \quad \$ \\
 \text{VAN} = & \quad (23.578,75) + 12.419,491 \quad + \quad 12.331,229 \quad + \quad \$ 12.130,51436 \quad + \quad \$ 12.581,64847 \quad + \quad \$ 19.821,14106 \\
 & \quad \$ \\
 \text{VAN} = & \quad \mathbf{45.705,27}
 \end{aligned}$$

5.3.3tir

Podríamos definir la tasa o tipo de descuento como el rendimiento mínimo exigido por un inversor para realizar una inversión determinada. ("FREELANCE", 2011)

Tabla N° 64 TASA INTERNA DE RETORNO

Tabla 64 TASA INTERNA DE RETORNO

TIR=	65,60%
-------------	---------------

Elaborado por: Johanna Chungandro

5.3.4Pri (período de recuperación de la inversión)

Se define como el número esperado de años que se requieren para que se recupere una inversión original. (YOLOXOCHITL, 2010)

Tabla N° 65 PERÍODO DE RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN

Tabla 65 PERÍODO DE RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN

<u>PERÍODO DE RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN</u>					
INVERSIÓN INICIAL	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
\$ - 23.578,75	\$ 13.996,77	\$ 15.662,25	\$ 17.364,05	\$ 20.297,06	\$ 36.036,97
	\$ - 9.581,98	\$ 6.080,27	\$ 23.444,31	\$ 43.741,38	\$ 79.778,34
Recuperación Del Capital	AÑOS			2	
	MESES			0	
	DÍAS			4	

Elaborado por: Johanna Chungandro

5.3.5 rbc (relación costo beneficio)

Es una herramienta financiera que mide la relación entre los costos y beneficios asociados a un proyecto de inversión con el fin de evaluar su rentabilidad, entendiéndose por proyecto de inversión no solo como la creación de un nuevo negocio, sino también, como inversiones que se pueden hacer en un negocio en marcha tales como el desarrollo de nuevo producto o la adquisición de nueva maquinaria. (ARTURO, 2012)

Tabla N° 66 RELACIÓN COSTO BENEFICIO

RELACIÓN COSTO BENEFICIO

Tabla 66 RELACIÓN COSTO BENEFICIO

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Ventas	FNE 1	FNE 2	FNE 3	FNE 4	FNE 5
	$(1 + i)^1$	$(1 + i)^2$	$(1 + i)^3$	$(1 + i)^4$	$(1 + i)^5$
	\$ 56.650,00	\$ 59.493,08	\$ 62.448,39	\$ 65.519,92	\$ 68.711,79
	1,127	1,270129	1,431435383	1,61322768	1,81810759

Costo De Ventas + Gastos	\$ 50.266,19	\$ 46.840,19	\$ 43.626,42	\$ 40.614,18	\$ 37.793,03
	44.157,33	45.270,27	46.413,62	47.588,19	48.794,83
	1,127	1,270129	1,431435383	1,61322768	1,81810759
	\$ 39.181,30	\$ 35.642,26	\$ 32.424,53	\$ 29.498,74	\$ 26.838,25
Relación C/B	\$ 1,28	\$ 1,31	\$ 1,35	\$ 1,38	\$ 1,41

Elaborado por: Johanna Chungandro

5.3.6 Punto de equilibrio

Se denomina Punto de Equilibrio al nivel en el cual los ingresos son iguales a los costos y gastos, es decir es igual al Costo Total y por ende no hay utilidad ni pérdida. (J., 2012)

Tabla N° 67 PUNTO DE EQUILIBRIO

Tabla 67 PUNTO DE EQUILIBRIO

CALCULO	
Costos Variables	\$ 5.798,70
MATERIA PRIMA DIRECTA	\$ 8.436,00
Aceites (cajas de 12)	\$ 210,00
Esencias (cajas de 12)	\$ 217,00
Barro (libras)	\$ 144,00
Chocolate (libras)	\$ 132,00
Miel (frascos 500gramos)	\$ 703,00
Total de Materia Prima	\$ 1.406,00
MANO DE OBRA DIRECTA	
Sueldos y Salarios	\$ 1.464,23
Total de Mano de Obra Directa	\$ 4.392,70
COSTOS FIJOS	\$ 3.010,11
MANO DE OBRA INDIRECTA	\$ 7.786,82
Sueldos y Salarios	\$ 2.595,61
Total de Mano de Obra Indirecta	\$ 2.595,61
OTROS COSTOS INDIRECTOS	
Desinfectante de manos (galón)	\$ 9,00
Desinfectante de pisos (galón)	\$ 10,50
Dispensador de Jabón Líquido	\$ 66,00
Escoba	\$ 4,50
Trapeador	\$ 6,00

Dispensador de Toallas " Kimberly clark"	\$ 16,00
Toallas desechables para Baño (pqt. 150 unid.)	\$ 12,50
Ambientador	\$ 50,00
Depreciación Maquinaria y Equipo	\$ 240,00
Total otros costos Indirectos	\$ 414,50

Elaborado por: Johanna Chungandro

Tabla N° 68 PUNTO DE EQUILIBRIO

Tabla 68 PUNTO DE EQUILIBRIO

Ventas	\$ 56.650,00
PUNTO DE EQUILIBRIO	3353,36
COSTO TOTAL	\$ 8.808,81
PE =	CF
	1- CV
	VENTAS
PE =	\$ 3.010,11
1 -	\$ 5.798,70
	\$ 56.650,00
	3353,35753

Elaborado por: Johanna Chungandro

5.3.6.1 Gráfico del punto de equilibrio

Figura N° 41 GRÁFICO DE PUNTO DE EQUILIBRIO

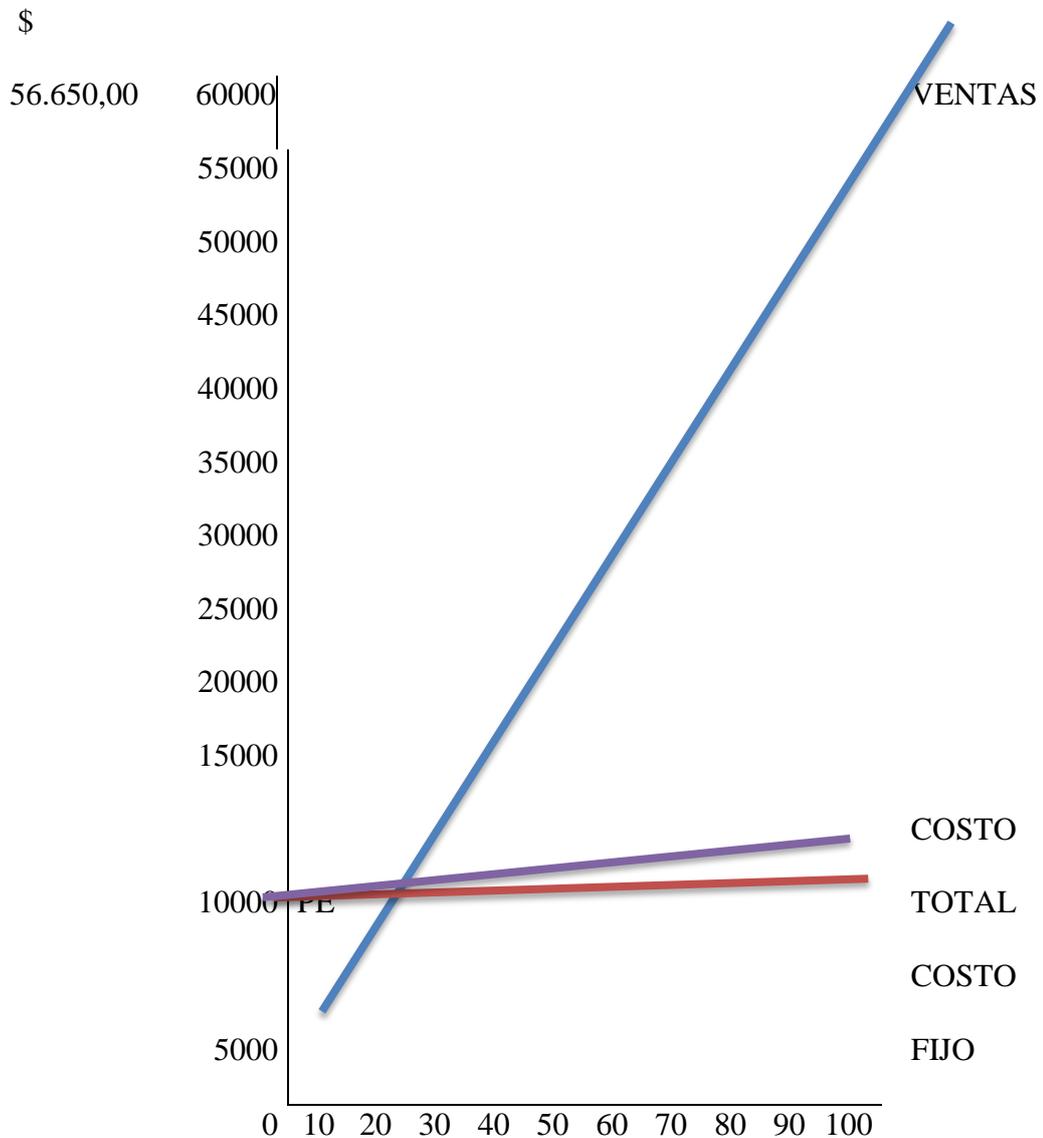


Figura 41 GRÁFICO DE PUNTO DE EQUILIBRIO

Elaborado por: Johanna Chungandro

5.3.7 Análisis de índices financieros

El índice de retorno sobre activos (ROA por sus siglas en inglés) mide la rentabilidad de una empresa con respecto a los activos que posee. El ROA nos da una idea de cuán eficiente es una empresa en el uso de sus activos para generar utilidades. (ARTURO, 2012)

$$\begin{array}{r}
 \text{ROA} = \frac{\text{Utilidad Neta}}{\text{Activo Total}} \\
 \frac{\$ 12.388,54}{\$ 23.578,75} \\
 0,525411238 \\
 53\% \\
 \mathbf{0,43}
 \end{array}$$

El índice de retorno sobre patrimonio (ROE por sus siglas en inglés) mide rentabilidad de una empresa con respecto al patrimonio que posee. El ROE nos da una idea de la capacidad de una empresa para generar utilidades con el uso del capital invertido en ella y el dinero que ha generado. (ARTURO, 2012)

$$\begin{array}{r}
 \text{ROE} = \frac{\text{Utilidad Neta}}{\text{Patrimonio Total}} \\
 \frac{\$ 12.388,54}{\$ 7.073,63} \\
 \mathbf{1,75}
 \end{array}$$

El índice de retorno sobre la inversión (ROI por sus siglas en inglés) es un indicador financiero que mide la rentabilidad de una inversión, es decir, la relación

que existe entre la utilidad neta o la ganancia obtenida, y la inversión. (ARTURO, 2012)

$$\text{ROI} = \frac{\text{Utilidad Neta}}{\text{Inversión}} = \frac{\$ 12.388,54}{\$ 23.578,75} = \$ 52,54$$

Capítulo VI

6. Análisis de impactos

6.1 Impacto ambiental

Al momento de realizar este proyecto, se ha tomado en consideración varios elementos que son relevantes respecto al medio ambiente, “Centro de Relajación Ancestral Vida y Salud” ha tomado medidas para proteger y cuidar el medio ambiente, una estrategia que adoptamos es acerca de las “4R” (reducir, reutilizar, reciclar, y recuperar).

Con estos conceptos (4R) hemos llevado a cabo actividades que beneficia directamente al medio ambiente, como:

- Separar los desperdicios en reciclables y no reciclables
- Establecer normas y técnicas para reducir el consumo innecesario de productos
- Reutilizar ciertos productos para la decoración de nuestro local, y demás actividades que nos hemos planteado para el cuidado del entorno.

El Centro de Relajación Ancestral Vida y Salud tiene relación directa con el medio ambiente, ya que nuestro fin es que nuestros clientes disfruten de un espacio de relajación, y puedan sentir una pequeña parte de la naturaleza.

6.2 Impacto económico

En el sector de Calderón, existen pocas fuentes de empleo y en especial para jóvenes, el Centro de Relajación Ancestral Vida y Salud busca dar oportunidades laborales a jóvenes y adultos, con el fin de ayudar a que las personas puedan desarrollar conocimiento y experiencia, además brindar una remuneración justa, así incentivando al ahorro en el sector de Calderón.

Actualmente las personas hemos perdido el sentido del ahorro y del endeudamiento, por causa de las tarjetas de crédito y las facilidades de obtener dinero, el Centro de Relajación Ancestral busca orientar a las personas acerca de obtener su dinero y poder invertir en actividades productivas, así generando un movimiento económico estable para el sector.

6.3 Impacto productivo

El Centro de Relajación Ancestral Vida y Salud cuenta con sistemas-programas avanzados para la comodidad de los usuarios, gracias a los avances de la tecnología podemos dar una atención de calidad a nuestros clientes

El Centro de Relajación Ancestral se ha comprometido en invertir en tecnología, para así generar ventaja sobre nuestros competidores, y brindando una atención de calidad y profesional a las personas interesadas en nuestros servicios.

6.4 Impacto social

La enfermedad que más nos ha llamado la atención actualmente es el estrés en la gente, este mal es causado por las actividades diarias de cada una de las personas, El Centro de Relajación Ancestral Vida y Salud ofrece escapar un momento de la vida diaria y de las rutinas, brindando un espacio de relajación.

Con nuestro personal entrenado y profesional, ayudamos a las personas aliviar su estrés con varias alternativas, mejorando su salud interna y externa. El Centro de Relajación Ancestral es creado con el fin de ayudar a las personas que tienen esta enfermedad y muchas otras más.

Capítulo VII

7. Conclusiones y recomendaciones

7.1 Conclusiones

- Al implantar un Centro de Relajación Ancestral en el sector de Calderón, nos ayudara a combatir el nivel de stress ocasionado por la presión laboral y la sociedad en general, se observa que tendrá una gran acogida por ser un lugar turísticos muy visitado.
- Con la información del Estudio Técnico del Centro de Relajación Ancestral de acuerdo a las encuestas, al sector de ubicación y a las vías de acceso; establecemos que nos favorece para poder llevar a cabo el proyecto sin ningún inconveniente.
- Realizado los estudios financieros se determina que los flujos netos de efectivo son positivos para todos los años, por lo cual el proyecto es rentable y viable.

7.2 Recomendaciones

- Es recomendable que las personas tomen más atención a los centros de relajación ya que desempeña un papel muy importante para la salud mental y física. Lo cual les ayudara al desenvolvimiento de las actividades diarias en general.
- Se recomienda optar por la venta de productos naturales como son jabones de chocolate, de naranja, de fresas, de avena, entre otras que tienen grandes propiedades para el cuidado de la piel.
- Una buena recomendación es poder realizar tratamiento de masajes o de yoga prenatal a domicilio por motivos de no tener mucha disposición de tiempo para los clientes al momento de acudir a nuestra instalación, ya que esto ayudaría a que no se pierda la cita prevista.

Bibliografía

"FREELANCE", D. I. (10 de 12 de 2011). *SLIDESHARE*. Obtenido de

<http://es.slideshare.net/Makiavella/tasas-de-descuento>

1991, P. (11 de 07 de 2012). *SLIDESHARE*. Obtenido de

<http://es.slideshare.net/prisbella1991/activos-fijos-13610138>

CLUB PLANETA. (08 de 05 de 2010). Recuperado el 27 de 05 de 2014, de

http://www.economia.com.mx/producto_interno_bruto.htm

Plan Nacional del Buen Vivir 2013-2017. (2013). Recuperado el 17 de 05 de 2014,

de <http://www.buenvivir.gob.ec/objetivo-3.-mejorar-la-calidad-de-vida-de-la-poblacion#tabs2>

UNIDADES TECNOLOGICAS DE SANTANDER. (2013). Recuperado el 06 de 06

de 2014, de

[http://www.uts.edu.co/tongeo2/app/modules/outside/contenido.php?page=24
&url_k=282873c79e0c7271deda719cd7fa9c5c](http://www.uts.edu.co/tongeo2/app/modules/outside/contenido.php?page=24&url_k=282873c79e0c7271deda719cd7fa9c5c)

Mis Respuestas. (11 de 05 de 2014). Recuperado el 10 de 05 de 2014, de

<http://www.misrespuestas.com/que-es-un-spa.html>

ACEVEDO, N. (23 de 06 de 2011). *INNOVACION 3000*. Recuperado el 06 de 06 de

2014, de <http://nelsonacevedo72.wordpress.com/2011/06/23/formulacion-de-objetivos-generales-y-especificos-en-un-proyecto/>

ALEJANDRO ACEVEDO IBAÑEZ, A. F. (1988). *EL PROCESO DE LA ENTREVISTA: CONCEPTOS Y MODELOS*. LIMUSA.

ALEJANDRO, A. (24 de 08 de 2010). *BLOGSPOT*. Obtenido de <http://deproyectoenproyecto.blogspot.com/2010/08/el-estudio-tecnico-el-siguiente-paso.html>

ALMAGUER, A. D. (29 de 01 de 2009). *COLMENA URBANA CIENCIAS HUMNISTICAS EN URBANISMO*. Recuperado el 29 de 06 de 2014, de <http://colmenaurbana.blogspot.com/2009/01/el-concepto-de-lo-rural-y-lo-urbano.html>

AQUICITO. (02 de 06 de 2014). *AQUICITO*. Recuperado el 22 de 05 de 2014, de http://www.quito.com.ec/parroquias/index.php?option=com_content&view=section&id=5&Itemid=11

ARENA, S. Z. (1983). *CÓMO APRENDER ECONOMÍA: CONCEPTOS BÁSICOS*. MADRID: LIMUSA NORREGA EDITORES.

ARTURO, K. (05 de 03 de 2012). *CRECE NEGOCIOS*. Obtenido de <http://www.crecenegocios.com/el-estado-de-resultados/>

BILLY. (09 de 11 de 2009). *CONTADURIA PÚBLICA*. Obtenido de <http://contaplub2009.blogspot.com/2009/11/activos-diferidos.html>

Candia, L. (17 de 05 de 2011). *Scribd*. Recuperado el 20 de 05 de 2014, de <http://es.scribd.com/doc/50985155/Definicion-de-Tasas>

CASTILLO, G. C. (2011). *DESCARTES 2D*. Recuperado el 29 de 06 de 2014, de http://recursostic.educacion.es/descartes/web/materiales_didacticos/muestreo_poblaciones_ccg/tipos_muestreo.htm

CASTRO, T. D. (2007). *MERCADOS FINANCIEROS INTERNACIONALES*.
MADRID : DYKINSON, 2007 116 PÁGINAS .

Chile, U. (27 de 04 de 2014). *UNIVERSIA*. Recuperado el 27 de 04 de 2014, de <http://noticias.universia.cl/en-portada/noticia/2013/02/25/1006944/personas-18-33-anos-son-mas-afectados-estres.html>

CIUDADANOS, T. (12 de 03 de 2014). *SERVICIOS CIUDADANOS QUITO DISTRITO METROPOLITANO*. Recuperado el 12 de 05 de 2014, de <http://www.tramitesciudadanos.gob.ec/tramite.php?cd=4140>

DNE/SES. (s.f.). *SUPERINTENDENCIA DE BANCOS Y SEGUROS*. Recuperado el 27 de 05 de 2014, de http://www.sbs.gob.ec/practg/sbs_index?vp_art_id=153&vp_tip=2

ECO-FINANZAS. (24 de 09 de 2013). *ECO-FINANZAS*. Recuperado el 04 de 06 de 2014, de http://www.eco-finanzas.com/diccionario/P/POBLACION_ECONOMICAMENTE_ACTIV A.htm

ELBAR RAMÍREZ, M. C. (2004). *PROYECTOS DE INVERSIÓN COMPETITIVOS. FORMULACIÓN Y EVALUACIÓN DE PROYECTOS DE INVERSIÓN CON VISIÓN EMPRENDEDORA ESTRATEFICA*.
COLOMBIA: Univ. Nacional de Colombia.

ELIAS, A. (18 de 01 de 2012). *CRECENEGOCIOS*. Obtenido de

<http://www.crecenegocios.com/la-contabilidad-de-costos/>

ENRIQUEZ, J. A. (30 de 06 de 2009). *SLIDESHARE*. Obtenido de

<http://es.slideshare.net/juguenri/t4-tamano-y-localizacion>

ESTEBAN, I. G. (2009). *FUNDAMENTOS Y TECNICAS DE INVERCION*

COMERCIAL. MADRID: ESIC .

FAICAN, P. (14 de 01 de 2012). *SLIDESHARE*. Obtenido de

<http://es.slideshare.net/paolafaican/depreciacin>

FEM, A. (19 de 07 de 2013). *BELLEZA FEM*. Recuperado el 17 de 06 de 2014, de

<http://www.actitudfem.com/belleza/articulo/mascarilla-de-chocolate-casera>

FIGO, W. (23 de 03 de 2011). *SLIDSHARE*. Recuperado el 01 de 07 de 2014, de

<http://es.slideshare.net/wilberfigo/tcnicas-para-la-recoleccin-de-informacin>

FINANCIERA, N. (2014). *SMETOOLKIT INSTITUTO PYME*. Recuperado el 29 de

06 de 2014, de <http://mexico.smetoolkit.org/mexico/es/content/es/3529/Los-clientes>

FLUPU. (25 de 12 de 2010). *IMUJER BELLEZA*. Recuperado el 17 de 06 de 2014,

de <http://www.imujer.com/2010/12/25/tipos-de-masajes-corporales>

FOSADO, C. (15 de 06 de 2011). *SCRIBD*. Recuperado el 05 de 06 de 2014, de

<http://es.scribd.com/doc/57881136/CONCEPTO-DE-PROVEEDOR>

FRANCISCO, A. R. (14 de 09 de 2010). *SLIDESHARE*. Recuperado el 17 de 06 de

2014, de <http://www.slideshare.net/anarosamendez/factor-social>

GERENCIE.COM. (12 de 06 de 2010). *GERENCIE.COM*. Obtenido de

<http://www.gerencie.com/ingresos-no-operacionales.html>

GON. (22 de 05 de 2014). *DE FINANZAS*. Recuperado el 06 de 06 de 2014, de

<http://definanzas.com/definicion-de-objetivos/>

GONZALEZ, E. (23 de 04 de 2013). *PREZI*. Obtenido de

<http://prezi.com/x8cbj2bj3kg1/materia-prima-directa/>

GUESTC4D8FD. (05 de 05 de 2009). *SLIDESHARE*. Obtenido de

<http://es.slideshare.net/guestc4d8fd/mano-de-obra>

GUILLERMO, P. (05 de 10 de 2012). *SLIDESHARE*. Recuperado el 06 de 06 de

2014, de <http://www.slideshare.net/ponceguillermo71/concepto-de-mision-y-vision>

Herrera, A. E. (17 de 06 de 2013). *SLIDESHARE*. Obtenido de

<http://es.slideshare.net/arnulfoespinaherrera/modulo-ii-el-mercado-oferta-y-demanda-16047365>

HERRERA, J. E. (2013). *INVESTIGACIÓN DE MERCADOS 2ª EDICION*.

BOGOTÁ: ANDREA DEL PILAR SIERRA.

HIDALGO, V. N. (17 de 01 de 2014). *PODERES INTELIGENCIA POLÍTICA*.

Obtenido de <http://poderes.com.ec/2014/panorama-economico-del-ecuador-2013/>

IBC, S. O. (05 de 09 de 2013). *FOROS ECUADOR.EC*. Recuperado el 15 de 05 de 2014, de <http://www.forosecuador.ec/forum/ecuador/econom%C3%ADa-y-finanzas/254-requisitos-para-sacar-el-ruc>

INEC. (2011). *INEC*. Recuperado el 01 de 07 de 2014, de <http://www.gruposs.net/opal/images/not%20ecuadorestratosocial%20inec.pdf>

J. D. (24 de 01 de 2012). *EL BLOGSPOT DEL BÚHO*. Recuperado el 14 de 07 de 2014, de <http://macroymicrolocalizacin.blogspot.com/>

J., A. B. (13 de 10 de 2012). *LA CONTABILIDAD DE COSTOS EN LA VIRTUALIDAD*. Obtenido de <http://lacontabilidaddecostosenlavirtualidad.blogspot.com/2012/10/el-punto-de-equilibrio.html>

JESUS RAFAEL, F. J. (12 de 04 de 2010). *Tesisugto.blogspot.com*. Obtenido de <http://tesisugto.blogspot.com/2010/01/capitulo-i-generalidades.html>

Jonathan. (28 de 05 de 2011). *SCRIBD*. Recuperado el 27 de 05 de 2014, de <http://es.scribd.com/doc/56501945/Tasas-de-interes>

JUAN ANTONIO TRESPALACIOS GUTIÉRREZ, L. B. (2005).
*INVESTIGACION DE MERCADOS: METODOS DE RECOGIDA Y
ANALISIS DE INFORMACION PARA LA TOMA DE DECISIONES.*
MADRID: PARANINFO.

KLESSYS. (16 de 05 de 2012). *SLIDESHARE*. Obtenido de <http://es.slideshare.net/Klessys/tamao-de-un-proyecto-12961692>

KRISTELL, A. (30 de 03 de 2010). *SLIDESHARE*. Obtenido de

<http://es.slideshare.net/kriss2505/tipos-de-metodos-de-investigacion>

Leider. (26 de 09 de 2011). *BLLOGGER YO TAMBIEN SE Y QUIERO OPINAR*.

Recuperado el 04 de 06 de 2014, de

<http://yotamience.blogspot.com/2011/09/definicion-de-empleo-desempleo-y.html>

LELIDADDY. (08 de 06 de 2012). *SLIDESHARE*. Obtenido de

<http://es.slideshare.net/lelidaddy/costos-indirectos-de-fabricacin>

LEODARDO, V. (26 de 08 de 2011). *SCRIBD*. Obtenido de

<http://es.scribd.com/doc/63155301/Demanda-Insatisfecha>

LINOCUP. (27 de 04 de 2012). *SLIDESHARE*. Obtenido de

<http://es.slideshare.net/linocup/costos-fijos-y-costos-variables>

LLELI, V. (23 de 05 de 2011). *SLIDESHARE*. Obtenido de

<http://es.slideshare.net/nallevake/analisis-del-consumidor>

LOAIZA, J. I. (25 de 06 de 2012). *SLIDESHARE*. Obtenido de

<http://es.slideshare.net/lori6802/costos-directos-indirectos>

LÓPEZ, N. B. (19 de 06 de 2014). *SALUD ACTUAL*. Recuperado el 18 de 06 de

2014, de http://www.saludactual.cl/belleza/tipos_masajes_relajantes.php

MAGICO, P. O. (29 de 10 de 2013). *FOROS ECUADOR.EC*. Recuperado el 12 de

05 de 2014, de

<http://www.forosecuador.ec/forum/ecuador/tr%C3%A1mites/3224-permiso-de-bomberos>

MASOLC. (06 de 11 de 2012). *SLIDESHARE*. Obtenido de

<http://es.slideshare.net/masolc/los-costos-y-los-gastos-definicion-y-calsificacin>

MIRANDA, J. J. (2005). *GESTIÓN DE PROYECTOS*. BOGOTÁ COLOMBIA:

MMEDITORES.

MÓRTOLA, J. V. (27 de 03 de 2012). QUÉ ES LA INFLACIÓN. *OPINIÓN*, pág.

10.

MUNDIAL, P. B. (26 de 04 de 2013). *OCCE EDUCACION*. Obtenido de

<http://blog.occeduccion.com/blog/bid/287300/Los-5-Tipos-de-Preguntas-en-la-Entrevista#.U-rFsIV5Ppc>

NARESH K. MALHOTRA, J. F. (2004). *INVESTIGACION DE MERCADOS UN*

ENFOQUE APLICADO. MÉXICO: PEARSON EDUCACIÓN.

NATURAL, B. (31 de 07 de 2014). *BELLEZA NATURAL* . Recuperado el 16 de 03

de 2014, de <http://www.consejos-de-belleza.com/>

NUNES, P. (24 de 10 de 2012). *KNOOW.NET*. Recuperado el 17 de 06 de 2014, de

<http://www.knoow.net/es/cieeconcom/gestion/gestioncomercial.htm>

PASPUEL, J. (07 de 07 de 2012). *SLIDESHARE*. Obtenido de

<http://es.slideshare.net/JimenaPaspuel/exposicion-inversion-fija>

POSAS, R. R. (2012). *LA FORMULACIÓN DE LA EVALUACIÓN DE*

PROYECTOS. COSTA RICA: EUNED.

PUNTUAL, C. (08 de 02 de 2012). *CONTABILIDAD PUNTUAL*. Obtenido de

<http://contapuntual.wordpress.com/2012/02/08/que-es-el-capital-de-trabajo/>

RADA, V. D. (2001). *DISEÑO Y ELABORACIÓN DE CUESTIONARIOS PARA LA INVESTIGACIÓN COMERCIAL*. ESPAÑA: ESIC .

RAUL. (14 de 08 de 2010). *ENERVIZANTE ENERGIA Y VITALIDAD*. Recuperado

el 17 de 06 de 2014, de <http://www.enervizante.com/la-lodoterapia-un-tratamiento-cosmetico-y-terapeutico.html>

REINA, M. V. (15 de 11 de 2012). *EROSKI CONSUMER*. Recuperado el 26 de 05

de 2014, de <http://www.consumer.es/web/es/bebe/embarazo/segundo-trimestre/2012/11/15/214158.php>

RESENTERRA, A. U. (05 de 09 de 2013-2014). *PYMERANG*. Recuperado el 29 de

06 de 2014, de <http://pymmerang.com/emprender/que-necesito-para-iniciar-un-negocio/informacion-valida/194-clientes-potenciales/240-5-tipos-de-clientes>

REYES, R. (10 de 12 de 2010). *SLIDESHARE*. Obtenido de

<http://es.slideshare.net/roxanareyes1990/definicion-objetivos-y-clasificacion-de-la-publicidad>

Rosas, I. V. (30 de 11 de 2011). *Gestiopolis*. Recuperado el 27 de 05 de 2014, de

<http://www.gestiopolis.com/administracion-estrategia-2/ambiente-externo-de-las-organizaciones-empresariales.htm>

SALTO, C. (23 de 05 de 2011). *SLIDESHARE*. Obtenido de

<http://es.slideshare.net/carlos0718/definicion-de-precio>

- SANO, M. O. (08 de 2012). *MARCH OF DIMES NACER SANO*. Recuperado el 17 de 06 de 2014, de <http://nacersano.marchofdimes.com/embarazo/yoga-prenatal.aspx>
- SLIDESHARE. (29 de 09 de 2013). *SLIDESHARE*. Recuperado el 26 de 05 de 2014, de http://www.slideshare.net/kmpanita_91/definiciones-1047150
- SRI. (14 de 08 de 2014). *SRI SERVICIO DE RENTAS INTERNAS*. Recuperado el 10 de 05 de 2014, de <http://www.sri.gob.ec/web/10138/92>
- STAFF. (26 de 05 de 2011). *ZONABANCOS.COM*. Obtenido de <http://www.zonabancos.com/ar/analisis/blogs/16-prestamos-personales-15894-costo-financiero-total-cft-todo-lo-que-tenes-que-saber-para-no-pagar-demas-por-un-prestamo.aspx>
- THOMPSON, I. (25 de 07 de 2010). *PROMONEGOCIOS*. Recuperado el 30 de 05 de 2014, de <http://www.promonegocios.net/clientes/cliente-definicion.html>
- TORO, D. B. (2010). *ANÁLISIS FINANCIERO: ENFOQUE PROYECCIONES FINANCIERAS*. BOGOTÁ: ECOE EDICIONES.
- TOVAR, A. (20 de 01 de 2011). *SCRIBD*. Obtenido de <https://es.scribd.com/doc/58262224/Estado-de-situacion-inicial>
- TRIBUTARIA, D. M. (21 de 05 de 2012). SOLO TRES REQUISITOS BASICOS SE NECESITAN PARA EL PATENTE. *NOTICIERO QUITO SOCIEDAD*, págs. http://www.noticiasquito.gob.ec/Noticias/news_user_view/solo_tres_requisitos_basicos_se_necesitan_para_la_patente--6609.

UBICACIÓN DE LA PARROQUIA DE CALDERÓN EN EL MAPA. (s.f.). Obtenido

de [https://www.google.com.ec/maps/place/Calder%C3%B3n,+Quito/@-](https://www.google.com.ec/maps/place/Calder%C3%B3n,+Quito/@-0.0936649,-78.4197939,7626m/data=!3m2!1e3!4b1!4m2!3m1!1s0x91d58ee44220e075:0x3055c08e9b119fa)

0.0936649,-

78.4197939,7626m/data=!3m2!1e3!4b1!4m2!3m1!1s0x91d58ee44220e075:0

x3055c08e9b119fa

UBICACIÓN DE LAS CALLES EN EL MAPA DE CALDERÓN. (s.f.). Obtenido de

[https://www.google.com.ec/maps/place/Calder%C3%B3n,+Quito/@-](https://www.google.com.ec/maps/place/Calder%C3%B3n,+Quito/@-0.0999574,-78.4257377,17z/data=!4m2!3m1!1s0x91d58ee44220e075:0x3055c08e9b119fa)

0.0999574,-

78.4257377,17z/data=!4m2!3m1!1s0x91d58ee44220e075:0x3055c08e9b119

fa

UBICACIÓN DE QUITO-PICHINCHA. (s.f.).

UBICACIÓN GEOGRÁFICA DE CALDERÓN. (s.f.). Obtenido de

[https://www.google.com.ec/search?q=imagenes+de+la+ubicacion+geografic](https://www.google.com.ec/search?q=imagenes+de+la+ubicacion+geografica+de+calderon&rlz=1C1CHFX_enEC576EC576&es_sm=93&tbm=isch&tbo=u&source=univ&sa=X&ei=uqgwVN_aB82kyATO2YKoDQ&ved=0CBwQsAQ&biw=1440&bih=799#facrc=_&imgdii=_&imgrc=1dumGiVld4YgIM%253A%3BmE1Le)

[a+de+calderon&rlz=1C1CHFX_enEC576EC576&es_sm=93&tbm=isch&tbo](https://www.google.com.ec/search?q=imagenes+de+la+ubicacion+geografic)

[=u&source=univ&sa=X&ei=uqgwVN_aB82kyATO2YKoDQ&ved=0CBwQ](https://www.google.com.ec/search?q=imagenes+de+la+ubicacion+geografic)

[sAQ&biw=1440&bih=799#facrc=_&imgdii=_&imgrc=1dumGiVld4YgIM%](https://www.google.com.ec/search?q=imagenes+de+la+ubicacion+geografic)

[253A%3BmE1Le](https://www.google.com.ec/search?q=imagenes+de+la+ubicacion+geografic)

VICTORIA, J. (31 de 08 de 2012). *SLIDESHARE*. Obtenido de

<http://es.slideshare.net/JuanVictoria93/tipos-de-preguntas-14131013>

VILLALOBOS-BRETON, S. (05 de 01 de 2010). *MARKETING PARA TODOS*.

Obtenido de [http://estrategias-marketing-online.com/las-5-p-del-marketing-](http://estrategias-marketing-online.com/las-5-p-del-marketing-producto-precio-plaza-promocion-y-%E2%80%9Cpartners%E2%80%9D-socios/)

[producto-precio-plaza-promocion-y-%E2%80%9Cpartners%E2%80%9D-](http://estrategias-marketing-online.com/las-5-p-del-marketing-producto-precio-plaza-promocion-y-%E2%80%9Cpartners%E2%80%9D-socios/)

[socios/](http://estrategias-marketing-online.com/las-5-p-del-marketing-producto-precio-plaza-promocion-y-%E2%80%9Cpartners%E2%80%9D-socios/)

VITÓNICA. (29 de 03 de 2010). *VITÓNICA*. Recuperado el 01 de 08 de 2014, de

<http://www.vitonica.com/cosmetica/pros-y-contras-de-los-banos-de-vapor>

yeimithculman. (20 de 09 de 2012). *SLIDESHARE*. Obtenido de

<http://es.slideshare.net/yeimithculman/flujo-de-caja-14352616>

YOLOXOCHITL. (17 de 11 de 2010). *BLOG DE FINANZAS*. Obtenido de

<http://finanzasieptimo.blogspot.com/2010/11/periodo-de-recuperacion.html>

ZAMBRANO, G. C. (12 de 12 de 2011). *MAILXMAIL.COM*. Obtenido de

http://www.mailxmail.com/inversiones-definicion-objetivo-caracteristicas_h

ZENALMOR. (22 de 04 de 2013). *SI EMPRENDEMOS*. Recuperado el 05 de 06 de

2014, de <http://si-emprendemos.blogspot.com/2013/04/el-analisis-interno-de-una-empresa-para.html>

ANEXOS

HABITACIÓN DEL SAUNA



HABITACIÓN DE MASAJES



HABITACIÓN DE YOGA PRENATAL



CAMILLA CON DUCHA



CREAR UN CENTRO DE RELAJACIÓN ANCESTRAL MEDIANTE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD UTILIZANDO TERAPIAS NATURALES, UBICADO EN EL SECTOR DE CALDERÓN AL NORTE DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO.

RECIPIENTES



ESENCIA DE JAZMIN



ESENCIA LAVANDA



CREAR UN CENTRO DE RELAJACIÓN ANCESTRAL MEDIANTE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD UTILIZANDO TERAPIAS NATURALES, UBICADO EN EL SECTOR DE CALDERÓN AL NORTE DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO.

ESENCIA DE ROSAS



ESENCIA DE EUCALIPTO



ESENCIA DE CANELA



MIEL PARA MASCARILLAS

CREAR UN CENTRO DE RELAJACIÓN ANCESTRAL MEDIANTE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD UTILIZANDO TERAPIAS NATURALES, UBICADO EN EL SECTOR DE CALDERÓN AL NORTE DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO.



SISTEMA DE SEGURIDAD



SISTEMA DE ALARMA CONTRA INCENDIOS



CREAR UN CENTRO DE RELAJ
TERAPIAS NATURALES, U
METROPOLITANO DE QUITO.

FACTIBILIDAD UTILIZANDO
EL NORTE DEL DISTRITO

CAMARAS DE SEGURIDAD



DECORACIÓN DE BAÑOS

CREAR UN CENTRO DE RELAJACIÓN ANCESTRAL MEDIANTE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD UTILIZANDO TERAPIAS NATURALES, UBICADO EN EL SECTOR DE CALDERÓN AL NORTE DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO.



DECORACIÓN DE RECEPCIÓN



CREAR UN CENTRO DE RELAJACIÓN ANCESTRAL MEDIANTE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD UTILIZANDO TERAPIAS NATURALES, UBICADO EN EL SECTOR DE CALDERÓN AL NORTE DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO.

DECORACIÓN CON VELAS



BROCAS PARA APLICACIÓN DE MASCARILLAS



CREAR UN CENTRO DE RELAJACIÓN ANCESTRAL MEDIANTE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD UTILIZANDO TERAPIAS NATURALES, UBICADO EN EL SECTOR DE CALDERÓN AL NORTE DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO.