

**UNIVERSIDAD POLITÉCNICA SALESIANA
SEDE QUITO**

CARRERA: ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

Tesis previa la obtención del Título de Ingeniero Comercial

TÍTULO:

**"ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN CENTRO
TERAPÉUTICO DE MEDICINA ATERNATIVA Y SALUD POR AGUA (SPA)
UBICADO EN LA ZONA SUR DEL DISTRITO METROPOLITANO DE
QUITO"**

AUTORA:

MARÍA AUGUSTA SEMANATE HERRERA

DIRECTOR:

ING. FABIO LUGMANIA

Quito, Mayo 2011

DECLARATORIA DE RESPONSABILIDAD

Los conceptos desarrollados, análisis realizados y las condiciones del presente trabajo, son de exclusiva responsabilidad de la autora.

MARÍA AUGUSTA SEMANATE HERRERA

(f) _____

Dedicatoria

Dedico la presente tesis, a mi madre, por ser mi inspiración para superarme cada día, por su amor y ejemplo para finalizar mi carrera universitaria.

A mi padre, por darme una carrera para mi futuro.

A mi hermano, por su apoyo incondicional.

Agradecimiento

Agradezco a Dios y a la Virgen por ser mi guía espiritual.

A mi familia por su amor y apoyo incondicional.

A Paul Cadena por su paciencia y apoyo.

A mis profesores por haberme transmitido sus conocimientos.

Al Ing. Fabio Lugmania por sus sugerencias y aporte en este documento.

ÍNDICE

DECLARATORIA DE RESPONSABILIDAD	I
DEDICATORIA	II
AGRADECIMIENTO	III
ÍNDICE	IV
ÍNDICE DE CUADROS	IX
ÍNDICE DE GRÁFICOS	XIV
ÍNDICE DE TABLAS	XVI
RESUMEN EJECUTIVO	XVII

CAPÍTULO I: ANTECEDENTES

1.1	Problema de Investigación	1
	1.1.1 Delimitación	4
	1.1.2 Descripción del Problema	6
	1.1.3 Formulación del Problema	6
	1.1.4 Sistematización del Problema	7
	1.1.5 Objetivos	8
	1.1.6 Beneficiarios de la Propuesta de Intervención	9
1.2	Medicina Alternativa y Complementaria	10
	1.2.1 Prácticas Médicas Alternativas	10
	1.2.2 Terapias Médicas Alternativas	12
1.3	Salud por Agua SPA	20

CAPÍTULO II: ESTUDIO DE MERCADO

2.1	Objetivo General	22
2.2	Objetivos Específicos	22
2.3	Definición del Servicio	22
2.4	Determinación del Mercado Objetivo	23
	2.4.1 Segmentación de Mercado	24
	2.4.2 Mercado Objetivo	28
2.5	Investigación de Mercados	30
	2.5.1 Determinación del Tamaño de la Muestra	31
	2.5.1.1 Prueba Piloto	31
	2.5.1.2 Calculo del Tamaño de la Muestra	32
	2.5.2 Aplicación de la Encuesta	34
	2.5.2.1 Formato de la Encuesta	35
	2.5.2.2 Tabulación y Análisis de la Encuesta	37
	2.5.2.3 Análisis Global	52
2.6	Análisis de la Demanda	54
	2.6.1 Factores que afectan la Demanda	54
	2.6.1.1 Tamaño y Crecimiento de la Población	54
	2.6.1.2 Hábitos de Consumo	55
	2.6.1.3 Gustos y Preferencias	55
	2.6.1.4 Nivel de Ingresos y Gastos	55
	2.6.2 Determinación de la Demanda del Mercado	56

	2.6.2.1 Demanda Histórica	56
	2.6.2.2 Demanda Actual	56
	2.6.2.3 Demanda Proyectada	57
	2.6.2.4 Determinación de la Demanda Insatisfecha	58
2.7	Análisis de la Oferta	59
	2.7.1 Factores para Analizar la Oferta	59
	2.7.1.1 Número de Oferentes	59
	2.7.1.2 Localización	60
	2.7.1.3 Capacidad Instalada	60
	2.7.1.4 Calidad y Precio de los Productores	61
2.8	Oferta del Servicio	63
2.9	Plan de Marketing	67
	2.9.1 Objetivo	67
	2.9.2 Planificación del Servicio	67
	2.9.2.1 Identificación del Servicio	68
	2.9.2.2 Naturaleza del Servicio	69
	2.9.2.3 Usos, beneficios y características del Servicio	69
	2.9.3 Estrategia y Posicionamiento	92
	2.9.3.1 Análisis del Ciclo de Vida del Servicio	92
	2.9.3.2 Posicionamiento Estratégico	93
	2.9.3.3 Análisis FODA	94
	2.9.3.4 Estrategias Empresariales	95
	2.9.3.5 Fijación de Precios	95
	2.9.4 Publicidad y Relaciones Públicas	96
	2.9.4.1 Desarrollo y Evaluación del Mensaje Publicitario	97
	2.9.4.2 Relaciones Públicas	98
	2.9.4.3 Plan de Medios	99
	2.9.4.4 Telemarketing e Imagen Personal	101
	2.9.4.5 Promoción y Ventas	102
	2.9.4.6 Plan de Ejecución de Medios	103
	2.9.5 Distribución	103
	2.9.6 Agregar Valor a la Venta Electrónica	104

CAPÍTULO III: ESTUDIO ADMINISTRATIVO LEGAL

3.1	Objetivo General	105
3.2	Objetivos Específicos	105
3.3	Cultura Organizacional	105
	3.3.1 Misión	105
	3.3.2 Visión	106
	3.3.3 Objetivos	106
	3.3.4 Valores Organizacionales	107
	3.3.5 Políticas Organizacionales	108
3.4	Estructura Organizacional y Estructura Funcional	111
3.5	Factores Legales	112
	3.5.1 Constitución Legal de la Empresa	118
	3.5.2 Tipo de Compañía	118
	3.5.3 Finalidad de la Compañía	118
	3.5.3.1 Disposiciones Generales	119
	3.5.3.2 Requisitos para constituir una Compañía Limitada	119
	3.5.3.3 Pasos para constitución de la Compañía	121
	3.5.3.4 Obligaciones Legales	122

CAPITULO IV: ESTUDIO TÉCNICO

4.1	Objetivo General	128
4.2	Objetivos Específicos	128
4.3	Tamaño del Proyecto	128
4.3.1	Factores Determinantes del Tamaño del Proyecto	129
4.3.2	Determinación del Tiempo del Servicio	132
4.3.3	Optimización del Tamaño del Proyecto	138
4.3.3.1	Capacidad de Producción Mensual y Anual Acupuntura	139
4.3.3.2	Capacidad de Producción Mensual y Anual Terapias Alter	140
4.3.3.3	Capacidad de Producción Mensual y Anual Trata. Estéticos.	141
4.3.3.4	Capacidad de Producción Mensual y Anual Pilates y Power L	142
4.3.4	Capacidad de Producción Mensual y Anual del Servicio	142
4.3.5	Porcentaje de Captación de demanda según la capacidad de producción	143
4.3.6	Número y Porcentaje de Clientes que aceptan Servicios y Productos	144
4.4	Localización del Proyecto	150
4.4.1	Macrolocalización	150
4.4.1.1	Factores de Macrolocalización	150
4.4.1.2	Selección de la Alternativa Óptima de Macrolocalización	151
4.4.1.3	Método Cualitativo por Puntos	152
4.4.1.4	Plano de Macrolocalización	154
4.4.2	Microlocalización	155
4.4.2.1	Factores de Microlocalización	155
4.4.2.2	Selección de la Alternativa Óptima de Microlocalización	156
4.4.2.3	Matriz de Microlocalización	158
4.4.2.4	Ubicación	160
4.4.2.5	Plano de Microlocalización	162
4.5	Ingeniería del Proyecto	163
4.5.1	Proceso de Producción	165
4.5.2	Flujograma de Proceso de Producción	166
4.5.3	Actividades Críticas	166
4.6	Requerimiento del Servicio	167
4.6.1	Requerimiento de Productos y/o Servicios según la terapia y tratamiento	167
4.6.2	Requerimiento de Productos de Apoyo de Operaciones	172
4.6.3	Requerimiento de Productos para la Venta	173
4.6.4	Requerimiento de Productos Talento Humano	174
4.6.5	Requerimiento de Servicios Generales, Suministros y Útiles de Oficina	176
4.6.6	Publicidad	178
4.7	Estimación de las Inversiones	178
4.7.1	Requerimiento Obra Física	178
4.7.2	Requerimiento de Equipos y Maquinaria	179
4.7.2.1	Especificaciones Técnicas de la Maquinaria y Equipos	180
4.7.3	Requerimiento de Equipos de Oficina	181
4.7.3.1	Especificaciones Técnicas de Equipos de Oficina	181
4.7.4	Requerimiento Muebles y Enseres	181
4.7.5	Activos Diferidos	184
4.8	Distribución de la Planta	184
4.8.1	Definición de Áreas	184
4.8.2	Áreas de Brío Spa Terapéutico	189
4.8.3	Plano de Brío Spa Terapéutico	190
4.8.4	Instalaciones Internas y Externas del Centro Terapéutico	191

CAPÍTULO V: ESTUDIO ECONÓMICO Y EVALUACIÓN FINANCIERA

5.1	Objetivo General	192
5.2	Objetivos Específicos	192
5.3	Presupuestos	192
5.3.1	Presupuesto de Inversión	192
5.3.1.1	Inversión en Activos Fijos	192
5.3.1.1.1	Depreciación de Activos Fijos	194
5.3.1.2	Inversión en Activos Diferidos	195
5.3.1.2.1	Amortización de Activos Diferidos	196
5.3.1.3	Capital de Trabajo	197
5.3.1.4	Inversión Total del Proyecto	198
5.3.1.5	Cronograma de Inversiones	198
5.3.2	Presupuesto de Operación	199
5.3.2.1	Presupuesto de Ingresos	199
5.3.2.1.1	Estimación de Precios de Venta	201
5.3.2.1.2	Proyecciones de Venta	204
5.3.2.2	Costos y Gastos	206
5.3.2.2.1	Costos	206
5.3.2.2.1	Gastos	213
5.4	Fuentes de Financiamiento	218
5.5	Estado de Origen y Aplicación de Recursos	219
5.6	Determinación Punto de Equilibrio	220
5.7	Estado de Resultados	226
5.8	Balance General	228
5.9	Flujo de Fondos del Proyecto	229
5.10	Evaluación del Proyecto	230
5.10.1	Determinación de la Tasa de Descuento	231
5.10.2	Valor Actual Neto VAN	231
5.10.2.1	Calculo del VAN con otra tasa de descuento	233
5.10.3	Tasa Interna de Rendimiento TIR	234
5.10.4	Periodo de Recuperación	235
5.10.5	Relación Beneficio/Costo	236

CAPÍTULO VI: ESTUDIO DE IMPACTO

6.1	Objetivo General	238
6.2	Objetivos Específicos	238
6.3	Análisis del Impacto del Proyecto	238
6.3.1	Impacto Social	239
6.3.2	Impacto Económico	241
6.3.3	Impacto Ambiental	243

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Conclusiones	245
Recomendaciones	247

GLOSARIO

FUENTES DE INFORMACIÓN

ANEXOS

ÍNDICE DE CUADROS

Cuadro No. 1	Descripción del Problema	6
Cuadro No. 2	Objetivos	8
Cuadro No. 3	Beneficiarios de la Propuesta de Intervención	9
Cuadro No. 4	Distribución de la Población del Cantón Quito Periodo (1990-2001)	24
Cuadro No. 5	Proyección de la Población Cantón Quito al 2010	25
Cuadro No. 6	Proyección de la Población Cantón Quito área urbana al año 2015	25
Cuadro No. 7	Proyección de las Parroquias Urbanas de la Ciudad de Quito Sector Sur	26
Cuadro No. 8	Límites de los Quintiles de Ingreso Per cápita del Cantón Quito	27
Cuadro No. 9	Distribución de Encuestas Barrios	34
Cuadro No. 10	Distribución de Encuestas Centros Comerciales	34
Cuadro No. 11	Sexo de los Encuestados	38
Cuadro No. 12	Edad de los Encuestados	39
Cuadro No. 13	Sector en el que vive	40
Cuadro No. 14	Ocupación	41
Cuadro No. 15	Personas que asisten a un Centro Terapéutico de Medicina Alternativa y Spa	42
Cuadro No. 16	Personas que asistirían a un Centro Terapéutico de Medicina Alternativa y Spa	43
Cuadro No. 17	Frecuencia de Asistencia	44
Cuadro No. 18	Preferencia de Ubicación	45
Cuadro No. 19	Centros que Conoce	46
Cuadro No. 20	Nivel de Satisfacción en el Servicio	47
Cuadro No. 21	Servicios que le gustaría recibir en un Centro Terapéutico de Medicina A	48
Cuadro No. 22	Precio que estaría dispuesto a pagar	49
Cuadro No. 23	Aspectos más importantes al asistir	50
Cuadro No. 24	Medio de Difusión Preferido	51
Cuadro No. 25	Demanda Actual	57
Cuadro No. 26	Índices de Crecimiento estimado por Quinquenios	57
Cuadro No. 27	Proyección de la Demanda del Mercado Objetivo	58

Cuadro No. 28	Demanda Insatisfecha (2010)	58
Cuadro No. 29	Spa Registrados en la Ciudad de Quito	60
Cuadro No. 30	Lista de Precios Serenidad Spa (Sector Norte)	61
Cuadro No. 31	Lista de Precios Es Pa Mimarte (Sector Sur)	61
Cuadro No. 32	Lista de Precios Shambala Spa (Sector Norte)	62
Cuadro No. 33	Lista de Precios Senti2 (Sector Sur)	62
Cuadro No. 34	Centros que ofrecen Terapias de Medicina Alternativa	64
Cuadro No. 35	Servicios a Ofrecer	68
Cuadro No. 36	Matriz FODA	94
Cuadro No. 37	Estrategias Empresariales	95
Cuadro No. 38	Suscripción de Capital	121
Cuadro No. 39	Proceso/ Tiempo servicio Acupuntura	133
Cuadro No. 40	Proceso/Tiempo servicio Hidroterapia	133
Cuadro No. 41	Proceso/Tiempo servicio Masajes Terapéutico	134
Cuadro No. 42	Proceso/Tiempo servicio Baños de Cajón	134
Cuadro No. 43	Proceso/Tiempo servicio Reflexología	135
Cuadro No. 44	Proceso/Tiempo servicio Pilates y Power Latino	135
Cuadro No. 45	Proceso/Tiempo servicio Tratamientos Faciales	136
Cuadro No. 46	Proceso/Tiempo servicio Depilación	136
Cuadro No. 47	Proceso/Tiempo servicio Tratamientos Corporales	137
Cuadro No. 48	Proceso/Tiempo servicio Manicure	137
Cuadro No. 49	Proceso/Tiempo servicio Pedicure	138
Cuadro No. 50	Capacidad de Producción Mensual y Anual Acupuntura	139
Cuadro No. 51	Capacidad de Producción Mensual y Anual Terapias Alternativas	140
Cuadro No. 52	Capacidad de Producción Mensual y Anual Tratamientos Estéticos	141
Cuadro No. 53	Capacidad de Producción Mensual y Anual Pilates y Power Latino	142
Cuadro No. 54	Capacidad de Producción Mensual y Anual del Servicio	143
Cuadro No. 55	Porcentaje de Captación de Demanda según la Capacidad de Prod. Servicio	143
Cuadro No. 56	Numero y Porcentaje de Clientes que Aceptan el Servicio	144

Cuadro No. 57	Productos de Venta Sala de Té	145
Cuadro No. 58	Cantidad Mensual Estimada Sala de Té	146
Cuadro No. 59	Cantidad Mensual Estimada Productos Sugeridos en Servicios	147
Cuadro No. 60	Cantidad Mensual Estimada Paquetes	148
Cuadro No. 61	Número y Porcentaje de Clientes que aceptan servicios y productos	149
Cuadro No. 62	Matriz de Macrolocalización	152
Cuadro No. 63	Matriz de Microlocalización	158
Cuadro No. 64	Requerimiento de Productos para el Servicio de Medicina Alternativa	167
Cuadro No. 65	Requerimiento de Productos para el Servicio de Terapias Médicas Alternativas	168
Cuadro No. 66	Requerimiento de Productos para el Servicio de Terapias Masajes Terapéuticos	169
Cuadro No. 67	Requerimiento de Productos para el Servicio de Terapias Reflexología	169
Cuadro No. 68	Requerimiento de Productos para el Servicio de Terapias Aromaterapia-Cromo.	170
Cuadro No. 69	Requerimiento de Productos para el Servicio de Tratamientos Faciales	170
Cuadro No. 70	Requerimiento de Productos para el Servicio de Tratamientos Corporales	171
Cuadro No. 71	Requerimiento de Productos para el Servicio de Depilación	171
Cuadro No. 72	Requerimiento de Productos para el Servicio de Manicure y Pedicure	172
Cuadro No. 73	Requerimiento de Productos de Apoyo de Operaciones	172
Cuadro No. 74	Requerimiento de Productos para la Venta Sala de Té	173
Cuadro No. 75	Requerimiento de Productos Sugeridos en Servicios	174
Cuadro No. 76	Requerimiento Talento Humano	176
Cuadro No. 77	Requerimiento de Servicios Básicos	177
Cuadro No. 78	Requerimiento de Suministros de Limpieza	177
Cuadro No. 79	Requerimiento Útiles de Oficina	177
Cuadro No. 80	Publicidad	178
Cuadro No. 81	Maquinaria y Equipos	179
Cuadro No. 82	Equipos de Oficina	181
Cuadro No. 83	Muebles y Enseres Recepción	182
Cuadro No. 84	Muebles y Enseres Administración	182
Cuadro No. 85	Muebles y Enseres Área Médica	182

Cuadro No. 86	Muebles y Enseres para Aromaterapia, Musicoterapia y Reflexología	182
Cuadro No. 87	Muebles y Enseres Manicure y Pedicure	183
Cuadro No. 88	Muebles y Enseres Tratamientos Faciales y Corporales	183
Cuadro No. 89	Muebles y Enseres para Área Sala de Té	183
Cuadro No. 90	Activos Diferidos	184
Cuadro No. 91	Áreas Brío Spa Terapéutico	184
Cuadro No. 92	Infraestructura Requerida	189
Cuadro No. 93	Inversión en Activos Fijos	193
Cuadro No. 94	Cálculo de Depreciación de Activos Fijos	194
Cuadro No. 95	Inversión en Activos Diferidos	195
Cuadro No. 96	Cálculo de Amortización de Activos Diferidos	196
Cuadro No. 97	Cálculo Anual Costos Involucrados	197
Cuadro No. 98	Inversión Total de Proyecto	198
Cuadro No. 99	Cronograma de Inversiones	199
Cuadro No. 100	Número de Sesiones del Servicio Medicina Alternativa	199
Cuadro No. 101	Número de Sesiones del Servicio Terapias Médicas Alternativas	200
Cuadro No. 102	Número de Sesiones del Servicio Tratamientos Estéticos	200
Cuadro No. 103	Número de Sesiones Acondicionamiento Físico	200
Cuadro No. 104	Paquetes Productos de Venta en la Sala de Té	200
Cuadro No. 105	Productos de Venta en la Sala de Té	201
Cuadro No. 106	Productos Sugeridos en Servicios	201
Cuadro No. 107	Precios Servicios Medicina Alternativa	202
Cuadro No. 108	Servicios Terapias Médicas Alternativas	202
Cuadro No. 109	Precios Servicios Tratamientos Estéticos	202
Cuadro No. 110	Precios Servicio Acondicionamiento Físico	203
Cuadro No. 111	Precios Servicios Paquete	203
Cuadro No. 112	Precios Productos para la Venta	203
Cuadro No. 113	Ingresos por Servicios	205
Cuadro No. 114	Ingresos por Productos	205

Cuadro No. 115	Ingresos por Paquetes	206
Cuadro No. 116	Proyección de Ventas	206
Cuadro No. 117	Resumen Costo Mano de Obra Directa	207
Cuadro No. 118	Costo Mano de Obra Directa Año 1	207
Cuadro No. 119	Costo Mano de Obra Directa Año 2	208
Cuadro No. 120	Costo Mano de Obra Directa Año 3	208
Cuadro No. 121	Costo Mano de Obra Directa Año 4	209
Cuadro No. 122	Costo Mano de Obra Directa Año 5	209
Cuadro No. 123	Costo Materia Prima Directa	210
Cuadro No. 124	Proyección Costo Materia Prima Directa	210
Cuadro No. 125	Resumen Costo Mano de Obra Indirecta	211
Cuadro No. 126	Costo Mano de Obra Indirecta Año 1	211
Cuadro No. 127	Costo Mano de Obra Indirecta Año 2	211
Cuadro No. 128	Costo Mano de Obra Indirecta Año 3	211
Cuadro No. 129	Costo Mano de Obra Indirecta Año 4	212
Cuadro No. 130	Costo Mano de Obra Indirecta Año 5	212
Cuadro No. 131	Costo Materia Prima Indirecta	212
Cuadro No. 132	Proyección Costo Materia Prima Indirecta	212
Cuadro No. 133	Costo Reparación y Mantenimiento	213
Cuadro No. 134	Proyección Costo Reparación y Mantenimiento	213
Cuadro No. 135	Depreciación y Amortización	214
Cuadro No. 136	Gastos Generales	214
Cuadro No. 137	Proyección Gastos Generales	214
Cuadro No. 138	Resumen Gastos Administrativos	214
Cuadro No. 139	Gastos Administrativos Año 1	215
Cuadro No. 140	Gastos Administrativos Año 2	215
Cuadro No. 141	Gastos Administrativos Año 3	216
Cuadro No. 142	Gastos Administrativos Año 4	216
Cuadro No. 143	Gastos Administrativos Año 5	216

Cuadro No. 144	Gastos de Venta Publicidad	217
Cuadro No. 145	Proyección Gasto de Venta Publicidad	217
Cuadro No. 146	Resumen Gastos Financieros	217
Cuadro No. 147	Estructura de Financiamiento	218
Cuadro No. 148	Amortización Cuotas Fijas de Capital	218
Cuadro No. 149	Estado de Origen y Aplicación de Recursos	219
Cuadro No. 150	Determinación Costos Fijos y Costos Variables	221
Cuadro No. 151	Determinación Punto de Equilibrio	222
Cuadro No. 152	Determinación Punto de Equilibrio Unidades Servicios	224
Cuadro No. 153	Determinación Punto de Equilibrio Unidades Productos	225
Cuadro No. 154	Estado de Resultados	227
Cuadro No. 155	Resumen Gastos	227
Cuadro No. 156	Resumen Impuestos	227
Cuadro No. 157	Balance General	228
Cuadro No. 158	Flujo de Caja	230
Cuadro No. 159	Resumen Costos de Operación	231
Cuadro No. 160	Determinación Tasa de Descuento TMAR1	231
Cuadro No. 161	Van del Proyecto	233
Cuadro No. 162	Determinación Tasa de Descuento TMAR2	233
Cuadro No. 163	Calculo del Van del Proyecto con otra tasa de descuento	234
Cuadro No. 164	Periodo de Recuperación	236
Cuadro No. 165	Matriz de Impacto Social	240
Cuadro No. 166	Matriz de Impacto Económico	242
Cuadro No. 167	Matriz de Impacto Ambiental	244

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico No. 1	Sexo de los Encuestados	38
Gráfico No. 2	Edad de los Encuestados	39
Gráfico No. 3	Sector en el que vive	40
Gráfico No. 4	Ocupación	41
Gráfico No. 5	Personas que asisten a un Centro Terapéutico de Medicina Alternativa y Spa	42
Gráfico No. 6	Personas que asistiría a un Centro Terapéutico de Medicina Alternativa y Spa	43
Gráfico No. 7	Frecuencia de Asistencia	44
Gráfico No. 8	Localización	45
Gráfico No. 9	Centros que Conoce	46
Gráfico No.10	Niveles de Satisfacción con el Servicio	47
Gráfico No. 11	Servicios que le gustaría	49
Gráfico No. 12	Precio que estaría dispuesto a pagar por cada sesión	50
Gráfico No. 13	Aspectos más importantes para asistir a un Centro Terapéutico	51
Gráfico No. 14	Medio de Difusión Preferido	52
Gráfico No. 15	Ciclo de Vida del Servicio	92
Gráfico No. 16	Matriz PYEA	93
Gráfico No. 17	Ejecución del Mensaje	97
Gráfico No. 18	Logotipo	98
Gráfico No. 19	Uniforme del Personal	102
Gráfico No. 20	Organigrama Estructural	111
Gráfico No. 21	Organigrama Funcional	112
Gráfico No. 22	Plano de Quito	154
Gráfico No. 23	Mejoras en la Infraestructura Sector Sur Proyectos Inmobiliarios	160
Gráfico No. 24	Construcción del nuevo Quicentro de Sur	161
Gráfico No. 25	Parque las Cuadras	161
Gráfico No. 26	Sector Quitumbe	162
Gráfico No. 27	Flujograma de Procesos	165

Gráfico No. 28	Plano Distributivo Centro Terapéutico Medicina Alternativa y SPA	190
Gráfico No. 29	Ingreso a Brío SPA Terapéutico	191
Gráfico No. 30	Sala de Hidroterapia	191
Gráfico No. 31	Área de Pilates y Power Latino	191
Gráfico No. 32	Área de Sala de Té	191
Gráfico No. 33	Gráfico Punto de Equilibrio	222

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla No. 1	Variables Segmentación Demográfica	26
Tabla No. 2	Segmentación Psicográfica	27
Tabla No. 3	Segmentación Beneficios	28
Tabla No. 4	Población del Cantón Quito según sexo y grupos de Edad	29
Tabla No. 5	Niveles Económicos Sector Sur	29
Tabla No. 6	Resultados Prueba Piloto No.1	32
Tabla No. 7	Resultados Prueba Piloto No.2	32
Tabla No. 8	Propiedad de los Aceites	73
Tabla No. 9	Plan de Ejecución de Medios	103
Tabla No. 10	Especificaciones Técnicas de la Maquinaria y Equipos	180
Tabla No. 11	Especificaciones Técnicas Equipos de Oficina	181

RESUMEN EJECUTIVO

Actualmente, como resultado del ritmo de vida surgen muchas afecciones en nuestra salud, la medicina general es utilizada para tratar este tipo de afecciones; esta medicina tradicional ha sido cuestionada ya que solo brinda tratamientos paliativos utilizando sustancias químicas, sin alcanzar 100% de resultados positivos, pues los pacientes no están satisfechos con los resultados obtenidos. Entonces se presenta la medicina alternativa que ha tomado mucha fuerza en cuanto a tratamientos naturales, utilizándola como una forma de prevenir, curar o rehabilitar; lo ideal sería fusionar los dos tratamientos en beneficio del hombre.

Por esta razón hoy en día se ha propiciado la apertura de lugares específicos que contribuyen al mejoramiento psíquico y físico del ser humano, denominados SPA, Centros Terapéuticos, Centros de Fortalecimiento Físico, Gimnasios- Fitness, Centros Holísticos, entre otros, que ofrecen Sistemas Médicos y Terapias de Medicina Alternativa como: Homeopatía, Acupuntura, Hidroterapia, Aromaterapia, Reflexología, Musicoterapia, Reiki, Masajes Terapéuticos, etc.

Así, en el presente estudio se pretende analizar la factibilidad de un Centro Terapéutico de Medicina Alternativa y SPA que se caracterice por buscar salud y relajación, que permita cubrir la demanda insatisfecha de la población del sector Sur de la ciudad de Quito que carece de sitios que facilitan bienestar y relajación y se ven obligados a acudir a lugares de mayor plusvalía en el norte y en los valles con precios elevados y sin atención personalizada.

El propósito de crear un Centro Terapéutico de Medicina Alternativa y SPA es ofrecer un servicio enfocado directamente a la salud y cuidado corporal con técnicas de relajación y tratamientos alternativos que permitan al ser humano sentirse en paz tanto física, emocional y espiritualmente con el ambiente que lo rodea. Su factor diferencial consiste en tres procesos: diagnóstico, plan de trabajo y aplicación; para lo cual se contará con un especialista responsable de diagnosticar cuál es el problema o necesidad del cliente y cómo tratarlo, a la vez decidirá el plan de trabajo que se

ejecutará, esto con la finalidad de cubrir las necesidades de forma responsable y con garantía, con el fin que el cliente se sienta seguro y tranquilo.

La razón de fusionar los tratamientos de Medicina Alternativa y tratamientos que brinda un Spa, es porque en estos centros se practican terapias alternativas, por lo que serán considerados referentes para el análisis de la futura competencia.

Por otra parte, aunque no sea el objetivo principal de este proyecto los servicios de estética en la Investigación de Mercados se evidencia su gran demanda, de modo que se ofrecerán también ciertos tratamientos estéticos y ejercicio físico, los mismos que mejoran la apariencia corporal.

Cabe señalar, que en el Sur de Quito se puede notar con facilidad la carencia de sitios que brindan salud y relajación, a diferencia de otros sectores considerados de mayor plusvalía como son el Norte de Quito, los valles de Cumbayá y San Rafael. Por esta razón se desea incursionar en otro sector que a pesar de no tener las mismas condiciones de vida está abierto a experimentar cambios.

Consecuentemente, a través del Estudio de Mercado, se estableció que de las personas encuestadas el 37% han asistido a un Centro Terapéutico de Medicina Alternativa y SPA o a algún lugar que ofrece servicios similares y el 63% no lo han hecho, el 83% de estas personas estarían dispuestos a asistir a un Centro Terapéutico de Medicina Alternativa y SPA si lo existiera.

Con estos resultados se evidencia que el Sector Sur del Distrito Metropolitano de Quito necesita un proveedor de servicios de la salud y relajación, que contribuya a mejorar el estilo de vida de la población, logrando que el ser humano aprenda a vivir en forma sana y productiva.

CAPÍTULO I

1. ANTECEDENTES

1.1 PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

La población de Quito está expuesta a diferentes agentes nocivos tanto internos como externos como son la contaminación ambiental, el ruido, presiones diarias en el hogar y trabajo; las mismas que producen consecuencias como el cansancio mental, el estrés, la depresión, ansiedad, obesidad, gastritis entre otras enfermedades que afectan al bienestar físico y mental de las personas. El surgimiento de nuevas herramientas, técnicas, tecnología, artes, ocupaciones, ha propiciado una nueva dinámica social, es decir grandes cambios en la vida humana pero también una serie de alteraciones en la naturaleza en todas sus formas, dando lugar al sedentarismo del hombre.

Es por esta razón que gran cantidad de médicos está combinando la Medicina General con la Medicina Alternativa, para tratar todo tipo de enfermedades, desde un resfriado hasta una enfermedad cardíaca. La idea es ofrecer una libertad de elección terapéutica lo más amplia posible a los usuarios de los servicios de la salud.

Las especialidades médicas alternativas y complementarias comprenden el conjunto de medicinas científicamente comprobadas, ejercidas por profesionales médicos, con títulos de cuarto nivel en la materia y registrada por la Autoridad Sanitaria Nacional. Se reconocen como tales: la Homeopatía, la Acupuntura, la Terapia Neural y la Homotoxicología mientras que las Terapias Alternativas son: la Aromaterapia, Naturopatía, Quiropraxia, Reiki, Taichí, Chikung, Hidroterapia, Terapia del Color , Terapia del Sonido, Gemoterapia, Geoterapia, Helioterapia, Fitoterapia, Masajes Terapéuticos, Biomagnetismo, etc.¹

De esta manera, la medicina alternativa ofrece muchas ventajas y puede usarse de una forma eficaz como complemento² a los remedios farmacéuticos. En la actualidad el conjunto de prácticas médicas denominadas alternativas y complementarias, o no

¹ Ministerio de Salud Pública. *Reglamento para el ejercicio de las medicinas y terapias alternativas en el Ecuador*. Título 2. Capítulo 1. art.3.

² La Medicina Alternativa puede ser un complemento de la general que puede servir para el aspecto psicológico del paciente, pero nunca suplir a los medicamentos o a los aparatos médicos especializados **Fuente:** Ministerio de Salud Pública.

convencionales, poseen suficiente sustento documental y evidencia científica. Así, en los países en desarrollo, la medicina alternativa o complementaria es usada como parte de la atención primaria por más de 80% de la población, y en los países industrializados cada vez son más numerosos los pacientes que recurren a la medicina alternativa con fines preventivos.

Así, en 1990, la Escuela de Salud Pública de la Universidad de Harvard, publicó una lista de 43 tipos de patologías que pueden ser tratadas con la acupuntura. Un estudio en 1993 encontró que uno de tres americanos recurría a las terapias alternativas, sobrepasando las consultas de cuidado de primer nivel. En Francia el 75% de la población ha usado la medicina complementaria al menos una vez. En Alemania, el 77% de las clínicas del dolor proporcionan servicios de acupuntura y en el Reino Unido el gasto anual en medicina alternativa asciende a 2.300 dólares. En América Latina, Colombia establece la creación del Consejo Colombiano de Medicina Alternativa (Senado: Proyecto de Ley 106 de 2204). En Chile el Decreto No. 42-2004 reglamenta el ejercicio de las prácticas médicas alternativas como profesionales auxiliares de la salud, Perú y Estados Unidos ofrecen programas financiados de investigación en estas medicinas. Cuba ha presentado un Programa Nacional para la Medicina Tradicional y Alternativa³.

Por otro lado, en el Distrito Metropolitano de Quito ya se puede evidenciar el crecimiento y la acogida que tienen estos tipo de actividades y centros, así la alcaldía del Distrito Metropolitano de Quito ha implementado programas como el ciclo paseo, el Ministerio de Turismo genera programas sobre el turismo enfocado a la salud tomando como referentes a centros como Papallacta y Arashá, el Ministerio de Salud Pública está realizando programas sobre la salud intercultural, promoviendo la legalización y legitimación de los saberes y prácticas de las medicinas tradicionales indígenas y afroamericanas, todo esto con el objetivo de crear una cultura del cuidado de nuestra salud mejorando nuestro diario vivir.

Entre los Centros que brindan Terapias Médicas Alternativas en la ciudad de Quito son:

- Shambhala Spa y Fitness

³ OCHOA, Germán. *Salud Intercultural*. 2da. Edición. Editorial Galaxy. Ecuador. 2008.

- Serenidad Spa Terapéutico
- Ventura Fitness Club
- Le Essence SPA
- Amat SPA
- Etc.

Dada la investigación se puede evidenciar que el 65% de estos centros no poseen instalaciones adecuadas para su correcto funcionamiento ya que son edificios no especializados para las actividades que se desarrollan en su interior ya que han sido adecuados en viviendas con áreas estrechas y no brindan comodidad a los usuarios.



Fuente: Visita de campo a centros que brindan terapias de Medicina Alternativa.
Elaborado por: María Augusta Semanate H.

Además se enfocan solamente a tratamientos de tipo estético y corporal con pequeñas excepciones que tratan problemas especialmente de estrés, pero las enfermedades que pueden ser tratadas en estos centros, son muchas. Además no existe evidencia de la veracidad en la especialización académica del personal que realiza los diferentes tratamientos, ya que el campo de la Medicina Alternativa es muy amplio y en el Ecuador existen pocos profesionales.

También se puede evidenciar que en el Distrito Metropolitano de Quito existen algunos centros que ofrecen terapias de Medicina Alternativa pero los mismos están ubicados solo en zonas de mayor plusvalía como son los valles de Cumbayá, San Rafael, Tumbaco y el Norte de Quito.

En el Sur de Quito se puede notar con facilidad la carencia de los mismos y debemos mencionar que el sector ha tenido un importante incremento poblacional en las

últimas décadas y como consecuencia de ello se ha debido mejorar su infraestructura con la construcción de centros comerciales como El Recreo, el nuevo Quicentro del Sur, proyectos inmobiliarios, el nuevo terminal entre otros, la falta de sitios de esparcimiento también es notoria podemos mencionar que en la zona de Quitumbe están situados grandes proyectos inmobiliarios que generan aglomeración y los mismos producen estrés.

Finalmente, el sector de los servicios en nuestro país formado por el comercio, restaurantes, hoteles, transporte, servicios profesionales, centros recreativos, complejos turísticos, y otros han crecido considerablemente aportando al desarrollo de la actividad económica de nuestro país, considero que este mercado no ha sido explotado en su totalidad, encontrando una necesidad en la sociedad que abarca la zona Sur de Quito, que utilizan estos servicios, pero son escasos en esta zona.

1.1.1 DELIMITACIÓN

CAMPO: Ciencias Experimentales.

ÁREA: Salud.

ASPECTO: Bienestar y relajación.

TEMA: Estudio de Factibilidad para la creación de un Centro Terapéutico de Medicina Alternativa y Salud por Agua (SPA).

PROBLEMA:

¿La creación de un Centro de Medicina Alternativa y SPA permitirá cubrir la demanda insatisfecha de la población del sector Sur de la ciudad de Quito que carece de sitios que facilitan bienestar y relajación, y se ven obligados a acudir a lugares de mayor plusvalía en el norte y en los valles con precios elevados sin atención personalizada?

Temporal:

Se analizará información de los 5 últimos años; (2005-2010) ya que en los mismos se ha impulsado la creación de estos sitios, tomando como referentes centros que brindan este tipo de terapias.

Espacial:

Se realizará la investigación en la zona Sur del Distrito Metropolitano de Quito.

Académica:

Para el desarrollo de este trabajo de investigación se aplicarán conocimientos adquiridos durante toda mi formación académica; por ejemplo: Contabilidad General Aplicada, Estadística Aplicada, Fundamentos de Administración Empresarial, Administración de Procesos, Investigación de Mercados, Principios de Microeconomía, Incubación de Empresas, Fundamentos de Marketing, Marketing de Servicios, Derecho para Administradores, Modelos de Gestión de Recursos Humanos, Gestión de la Calidad, Productividad en la Empresa y otras disciplinas que permitirán el desarrollo del proyecto.

1.1.2 DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA

**Cuadro No.1
DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA**

<u>Síntomas</u>	<u>Causas</u>	<u>Pronóstico</u>	<u>Control al pronóstico</u>
1. Escasez de estos centros en la zona Sur de la ciudad de Quito.	Falta de inversionistas. Existen problemas sociales como la delincuencia.	No se contribuye al progreso de la calidad de vida de la población de esta zona.	Crear un lugar de esparcimiento donde las personas puedan mejorar su bienestar físico y mental, ayudándoles a conectarse a un espacio de bienestar y serenidad.
2. Falta de una infraestructura adecuada para brindar Tratamientos y Terapias de Medicina Alternativa.	Espacio Físico limitado. (Acondicionamiento en viviendas para que funcionen estos centros). Inexistencia de un Estudio de Mercado.	No existe una buena distribución de equipos y tecnología, además que no existe un ambiente adecuado para ofrecer diferentes tipos de terapias que permitan brindar un servicio de calidad, presentándose demoras en la prestación del servicio.	Es necesario realizar una planificación del tipo de materiales y tecnología que se va a utilizar, para llevar a cabo una distribución correcta del lugar de funcionamiento.
3. Deficiente uso de equipos y materiales, para brindar Tratamientos y Terapias de Medicina Alternativa.	No existe capacitación continua. No existe personal especializado.	No existe personal calificado que ofrezca un servicio de calidad y diferenciado, por lo tanto existirá inconformidad en los clientes y se podría incrementar la competencia acompañado de factores diferenciales.	Se deberá contar con profesionales capacitados en cada una de las áreas, los mismos que deberán conocer técnicas de medicina alternativa con el objetivo de brindar un servicio de calidad.

Fuente: Investigación de Campo.

Elaborado por: María Augusta Semanate H.

1.1.3 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

¿La creación de un Centro de Medicina Alternativa y SPA permitirá cubrir la demanda insatisfecha de la población del sector Sur de la ciudad de Quito que carece de estos sitios, y se ven obligados a acudir a lugares de mayor plusvalía en el Norte y en los Valles con costos elevados sin atención personalizada?

1.1.4 SISTEMATIZACIÓN DEL PROBLEMA

- ¿Existirá demanda y a qué segmento de mercado conviene dirigirse a fin de identificar las necesidades y expectativas de los clientes?
- ¿Qué tipo de instalaciones y tecnología será el más adecuado para ofrecer un servicio de Medicina Alternativa y Spa?
- ¿Cuáles serán los costos y gastos en este proyecto?
- ¿Cuáles son los requisitos y trámites legales para la implementación de este tipo de servicios?
- ¿Será rentable la creación de un Centro Terapéutico de Medicina Alternativa y SPA en el sector Sur del Distrito Metropolitano de Quito y será sostenible con el transcurso del tiempo?
- ¿Cuál es el beneficio social, económico y ecológico que originará la implementación de este centro?

1.1.5 OBJETIVOS

**Cuadro No.2
OBJETIVOS**

<u>Objetivo General</u>	<u>Objetivos Específicos</u>	<u>Actividad</u>	<u>Instrumentos</u>	<u>Tiempo</u>
1. Establecer la factibilidad de creación de un Centro Terapéutico de Medicina Alternativa y SPA que cubra la demanda insatisfecha de la población del sector Sur de la ciudad de Quito que carece de sitios que facilitan bienestar y relajación, contribuyendo con este centro a mejorar la calidad de vida de la población y conocer si será lo suficientemente rentable para justificar la decisión de inversión.	1. Identificar el segmento de mercado al cual conviene dirigirse a fin de identificar las necesidades y expectativas de los clientes.	1. Investigación de Mercado.	ESTADÍSTICAS INEC	4 semanas
	2. Determinar qué tipo de instalaciones y tecnología será el más adecuado para ofrecer un servicio de Medicina Alternativa y Spa.	2. Realizar investigaciones de campo, tomando como referentes a otros centros similares.	COMPETENCIA	4 semanas
	3. Establecer cuáles son los costos y gastos que incurrirán en el proyecto.	3. Efectuar presupuestos de inversión, analizando costos a través de proformas.	ESTADOS FINANCIEROS.	4 semanas
	4. Conocer cuáles son los requisitos y trámites legales para la implementación de este tipo de servicios.	4. Investigar la normativa legal bajo el cual se registrará el proyecto.	SUPERINTENDENCIA DE COMPAÑÍAS	2 semanas
	5. Calcular la rentabilidad que generará un Centro Terapéutico de Medicina Alternativa y SPA en el sector Sur del Distrito Metropolitano de Quito y su sostenibilidad con el transcurso del tiempo.	5. Realizar diferentes estados financieros reales que permitan establecer la viabilidad del proyecto.	FLUJO DE CAJA	4 semanas
	6. Determinar el beneficio social, económico y ecológico que originará la creación de este centro.	6. Establecer el grado de aceptación del mercado objetivo, e identificar efectos de tipo económico, social y laboral.	INEC. BANCO CENTRAL. DIRECCIÓN METROPOLITANA DE MEDIO AMBIENTE.	2 semanas

Elaborado por: María Augusta Semanate H.

1.1.6 BENEFICIARIOS DE LA PROPUESTA DE INTERVENCIÓN

Cuadro No.3
BENEFICIARIOS DE LA PROPUESTA DE INTERVENCIÓN

<u>1. Grupos o Instituciones</u>	<u>2. Intereses</u>	<u>3. Recursos</u>	<u>4. Problemas Percibidos.</u>
1. UPS	Este tipo de propuesta, confirma los excelentes conocimientos impartidos por parte de la Universidad Politécnica Salesiana, y contribuye a su engrandecimiento al constatar sus objetivos y metas conseguidas en los estudiantes.	Formación y material académico.	Falta de propuestas de proyectos de factibilidad.
2. Estudiantes	La propuesta de este proyecto contribuirá como fuente de consulta para estudiantes de la Universidad Politécnica Salesiana y otros, lo que ayudará a tener una referencia en cuanto a la implementación de este tipo de servicios, y sobre todo a plantear mejores ideas y estrategias.	Conocimiento y capacidad para generar ideas.	No existen suficientes fuentes de consulta.
3. Empresa que auspicia	Ninguna	-	-
4. Sociedad	La creación de este Centro Terapéutico de Medicina Alternativa y SPA beneficiará a la ciudad de Quito especialmente a la zona Sur, ya que uno de los problemas que está deteriorando la salud de la población es el estrés por lo que el centro buscará alternativas de solución que no solo curarán enfermedades físicas sino que también ayudará a descargar sentimientos negativos reprimidos por el cuerpo humano. Rentabilidad. Generar empleo.	Económico	Carencia de estos sitios sobre todo en la zona Sur de la ciudad de Quito. Falta de inversionistas.

Elaborado por: María Augusta Semanate H.

1.2 MEDICINA ALTERNATIVA Y COMPLEMENTARIA



La Medicina Alternativa y Complementaria es un conjunto de sistemas médicos científicamente comprobados que contempla la armonía entre cuerpo, mente y espíritu, sus terapias representan un conjunto de métodos, técnicas y sistemas usados para el desarrollo de la salud y prevención de enfermedades así como para la sanación, tratamiento y rehabilitación de enfermos a través de técnicas naturales.

1.2.1 PRÁCTICAS MÉDICAS ALTERNATIVAS

En el año 2010, se aprobó en Ecuador el reglamento que regula el ejercicio de algunas prácticas médicas alternativas como actividades auxiliares de la salud las cuales son ejercidas por profesionales médicos, con títulos de cuarto nivel en la materia y registradas por la Autoridad Sanitaria Nacional, se reconocen como tales:

ACUPUNTURA



La acupuntura es uno de los métodos clínicos terapéuticos no medicamentoso más antiguos del mundo es parte de la medicina tradicional China y tiene como objetivo restaurar y mantener la salud a través de la estimulación de puntos específicos del cuerpo con el uso de agujas manipuladas por la mano o por estimulación eléctrica.

HOMEOPATÍA



Es un sistema médico natural que se originó en Europa el objetivo de la homeopatía es estimular la capacidad del cuerpo de curarse a sí mismo mediante pequeñas dosis de sustancias altamente diluidas, que en dosis mayores producirían síntomas o enfermedades, esto bajo el principio lo similar se cura con lo similar que se refiere a que una afección dinámica débil en un ser humano enfermo es extinguida permanentemente por una más fuerte (medicamento homeopático) que aunque diferente en la especie es muy semejante a la primera en sus manifestaciones.

HOMOTOXICOLOGÍA



Forma parte de la homeopatía y trata a personas que presentan enfermedades debido a la presencia de toxinas químicas en sangre y tejidos provenientes del medio circundante por el uso de herbicidas, fungicidas, aerosoles, perfumes, jabones y muchas sustancias contaminantes más. Estas sustancias al no poder ser excretadas causan graves desequilibrios funcionales y orgánicos, el tratamiento aplica el uso de medicamentos homeopáticos.

TERAPIA NEURAL



Es un tratamiento que se realiza sobre el Sistema Nervioso su objetivo es expresar una manera de entender la vida y la salud distinta a la medicina convencional, aquí se entiende al ser humano como un sistema complejo abierto con capacidad de auto

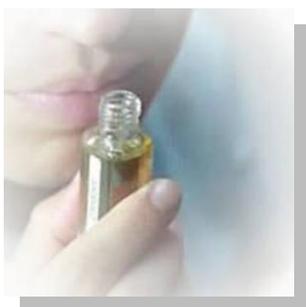
curación, esta terapia consiste en aplicar procaína⁴ en puntos específicos del cuerpo la cual por vía neural impulsa a cada ser (mente, cuerpo y espíritu) a encontrar su propio orden y sanarse a sí mismo esto dependerá de la historia de vida del enfermo.

1.2.2 TERAPIAS ALTERNATIVAS



Por otro lado la Autoridad Sanitaria reconoce, conforme lo establece la Organización Mundial de la salud, las siguientes terapias alternativas que pueden ser ejercidas por profesionales sin título de doctor en medicina en el país:

AROMATERAPIA



Es una terapia en la cual se aspira aceites esenciales de flores, hierbas y árboles para promover salud y bienestar.

⁴ Es un anestésico local por sus propiedades no tóxicas se la obtiene en laboratorio al enlazar los nutrientes vitamínicos: PABA (ácido paraaminobenzoico) que es una vitamina B que promueve la formación de células sanguíneas y proteínas metabolizantes, conserva la piel, el pelo, las glándulas y los intestinos en condiciones óptimas; estimula el sistema bacteriano intestinal, y DEAE (dietilaminoetanol) comprende neurotransmisores que facilitan el funcionamiento cerebral, posee efecto antidepressivo, de estimulación mental y euforia ligera. **Fuente:** Reglamento de las Medicinas y Terapias Alternativas y Complementarias del Ecuador - Sección tercera.

BIOMAGNETISMO MÉDICO



Es una terapia de diagnóstico que utiliza imanes de una determinada fuerza y polaridad estos imanes son aplicados en puntos específicos y consiguen exterminar virus, hongos, bacterias o parásitos, para esto se dispone de un mapa corporal creado por Dr. Isaac Goiz en el que se detallan los puntos en los que se han de aplicar los imanes el nombre del microorganismo y la enfermedad que puede

causar.

COSMOBIOLOGÍA



Es estudio de las relaciones existentes entre los fenómenos celestes (configuraciones geocéntricas del sistema solar) y los fenómenos terrestres y humanos, individuales y colectivos. Investiga la naturaleza y el destino del hombre basándose en el cielo bajo el cual ha nacido.

CHIKUNG



Es una terapia china en donde chi significa aire fluido que ánima la respiración y kung que significa trabajo o técnica, su objetivo es mantener la salud mediante la mente, la respiración y el ejercicio físico.

DÍGITOPRESIÓN



La dígitopresión es una terapia china que consiste en aplicar presión por medio de la yema de los dedos en puntos específicos del cuerpo, su objetivo es restablecer el equilibrio y la salud sin daño alguno.

FISIOTERAPIA



Es una terapia que se lo realiza mediante el ejercicio terapéutico aquí se usa el calor, el frío, el agua, el masaje y electricidad tiene como objetivo curar, prevenir y rehabilitar.

FITOTERAPIA



Fitoterapia o herbolaria, proviene del griego *fyton* planta – vegetal y *therapeia* terapia, es el uso de plantas medicinales o sus derivados con fines terapéuticos tiene como objetivo prevenir, aliviar y curar. Se las clasifica en livianas o fuertes. Las livianas o blandas son aquellas que tiene poder curativo a largo plazo son usadas para enfermedades leves que no necesita de una intervención inmediata, las plantas fuertes tienen un poder curativo inmediato se ocupan en momentos de emergencia los desequilibrios para las que se usan son mal aire, espanto entre otros.

FLORES DE BACH



Es una terapia floral creada por Edward Bach se fundamenta en la idea de que por medio de las esencias florales se equilibran los estados emocionales restableciendo la armonía en el cuerpo, la mente y el alma. Estas esencias son elaboradas mediante la impregnación de diferentes plantas y flores en agua de manantial a través de procesos como el de cocción.

GEMOTERAPIA



Proviene de las palabras gema que significa la forma de llamar a las diferentes piedras y terapia curación o tratamiento, se basa en la utilización de la capacidad energética de diferentes minerales sobre el cuerpo humano posibilitando la capacidad de auto curación, radica en recibir, proyectar y reflejar su luz.

GEOTERAPIA



Es una terapia que tiene como fin tratar enfermedades aplicando la tierra (arcilla, barro y arena), la tierra es un potente antiséptico y microbicida se emplea para conseguir un equilibrio térmico en el organismo. Uno de los materiales más usados es la arcilla por sus efectos absorbentes y reguladores de temperatura, se usa para la cicatrización y la eliminación de sustancias tóxicas de la piel. La arcilla se usa mediante cataplasma para prepararlo se mezcla con agua hasta formar una masa

blanda se extiende sobre un paño se faja bien para que no entre aire y reaccione la piel con el calor.

HELIOTERAPIA



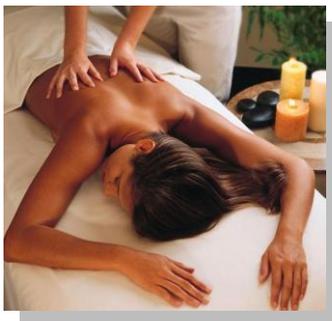
Es el tratamiento de las enfermedades por exposiciones a los rayos solares, la luz del sol es fuente de vida para los seres vivos, los rayos ultravioletas ejercen una acción bactericida, o analgésica, modificadoras del organismo.

HIDROTERAPIA



La hidroterapia tiene como objetivo mejorar el estado físico y a su vez mental de las personas usando como elemento principal el agua, elemento que a su vez sirve como herramienta terapéutica, al momento que su temperatura y presión son manipuladas sobre el cuerpo humano. En la hidroterapia se usa el agua en estado frío, caliente, tibio, alternando según su fin.

MASAJES



Es una terapia que consiste en hacer presión, frotar y mover los músculos y otros tejidos blandos del cuerpo mediante el uso de las manos y los dedos. Tiene como objetivo relajar y estimular los músculos.

NATUROPATÍA



Constituye la ciencia de promover la salud y curar a las personas utilizando agentes de la naturaleza su objetivo es lograr equilibrio físico, mental, emocional y espiritual. Según la Naturopatía la causa de dolencias nacen de una higiene deficiente, una alimentación insuficiente y una violación constante de las leyes naturales. Los tratamientos utilizados en la Naturopatía es la limpieza del cuerpo por medio de un ayuno ordenado, la utilización de plantas y alimentos que vigoricen el organismo, el aprovechamiento del agua y el ejercicio físico.

PILATES



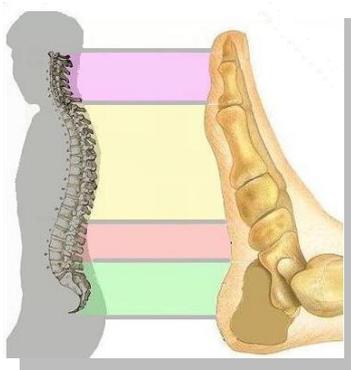
El método Pilates es un sistema de entrenamiento físico y mental, que combina conocimientos como gimnasia, ballet y yoga.

QUIROPRAXIA



Es una terapia que se concentra en la relación entre la estructura corporal principalmente la columna vertebral y la función corporal aquí los profesionales realizan ajustes o manipulación para corregir problemas de alineación.

REFLEXOLOGÍA



Todos los órganos del cuerpo se encuentran conectados con el cerebro y la columna vertebral a través de los nervios los cuales tienen sus terminaciones en las manos y en los pies, así cuando algún órgano de nuestro cuerpo no está funcionando bien se forman pequeños gránulos, evidenciando que existe algún tipo de enfermedad debido a la acumulación de toxinas y de tensiones, entonces esta terapia consiste en presionar los pies o manos debido a que cada una de estas zonas refleja un órgano que experimenta dolor o sensibilidad.

REIKI



Es una terapia mediante el cual el profesional busca transmitir energía universal ya sea a distancia o colocando sus manos sobre una persona o cerca de este, el objetivo es curar la mente por consiguiente el cuerpo.

TAICHÍ



Es un arte marcial desarrollado en China se realiza mediante movimientos relajados y armoniosos en combinación con la respiración y la concentración mental es recomendado en diversas enfermedades y lesiones.

TERAPIA CON COLOR



La terapia con color o cromoterapia es un método de armonización que ayuda a la curación natural de ciertas enfermedades por medio de los colores.

TERAPIA CON LÁSER



Es un tratamiento que se lo realiza a través de haces de luz, se genera por medio de fuentes de radiación este se usa para extirpar tumores, para realizar cirugías de ojos, eliminar varices, corregir manchas en la piel, mejorar el aspecto de líneas de expresión, tratar el acné y eliminar el vello corporal.

TERAPIA CON SONIDO



La terapia musical como su nombre lo indica es el uso de música , sonidos, ruidos, silencios, gestos o movimientos , que tiene como objetivo mejorar la concentración, estimular la memoria, estimular la imaginación, estimular la confianza en sí mismo entre otros.

1.3 SALUD POR AGUA (SPA)



Un Spa es un lugar que tiene como finalidad proporcionar descanso y mejorar la salud de la gente a través de terapias con agua, allí se usa el agua en modalidades de piscinas, chorros, jacuzzis, entre otros. Spa se deriva de los términos Salute Per Aqua y se lo define como a un lugar con aguas termales y minerales, son conocidos desde la antigüedad por sus beneficios terapéuticos empleándolos para mejorar dolencias óseas y musculares, además trata trastornos como el agotamiento físico, el estrés y la ansiedad.

Cabe señalar, que el agua es fuente de vida y su manipulación junto con la temperatura poseen una acción específica en el organismo consiguiendo beneficios en la salud del ser humano. Hoy en día, algunos de estos lugares no necesariamente cuentan con aguas termales ya que con la ayuda de la tecnología se han desarrollado técnicas para tratar el agua es así como estos lugares no necesariamente se encuentran fuera de la ciudad.

Hoy en día, el objetivo de estos lugares es proveer cuidado y bienestar a la gente, combinando terapias y tratamientos complementarios en una atmósfera de tranquilidad y relajación usando inciensos, velas, y otros aromas. Cabe mencionar que la oferta de servicios en estos lugares es amplia ya que ofrecen tratamientos de tipo estético y la mayoría cuentan con gimnasios.

Beneficios al asistir a un Spa:

- Descanso.
- Alivio de ciertas dolencias.
- Se puede considerar un lugar de auto-reflexión, para examinar y mejorarse a uno mismo.
- Puede ser una opción para mimarse a uno mismo, es considerado como un gran motivador "gastar en uno mismo justifica el resultado final".
- Brinda serenidad vital la cual es de vital importancia para eliminar el estrés.

CAPÍTULO II

2. ESTUDIO DE MERCADO

2.1 OBJETIVO GENERAL

Identificar las necesidades y expectativas de los clientes a fin de establecer el segmento de mercado al cual deberá dirigirse el Centro Terapéutico de Medicina Alternativa y Salud por Agua (SPA).

2.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Realizar el análisis de la demanda y consecutivamente determinar el mercado objetivo, la demanda actual y proyectada del Centro Terapéutico de Medicina Alternativa y Salud por Agua (SPA).
- Indagar y determinar el tipo de establecimientos existentes, calidad del servicio, y principales problemas que enfrentan actualmente empresas que ofrecen servicios similares.
- Realizar un plan de mercadeo que permita establecer la mezcla de mercadotecnia para el servicio que ofrecerá el Centro Terapéutico de Medicina Alternativa y Salud por Agua (SPA).

2.3 DEFINICIÓN DEL SERVICIO

El Centro Terapéutico de Medicina Alternativa y Spa ofrecerá los siguientes servicios:

- **SERVICIO PRINCIPAL**

MEDICINA ALTERNATIVA

ACUPUNTURA

TERAPIAS MÉDICAS ALTERNATIVAS

AROMATERAPIA, CROMOTERAPIA Y MUSICOTERAPIA
HIDROTHERAPIA
BAÑOS DE CAJÓN

MASAJES TERAPÉUTICOS
REFLEXOLOGÍA
PILATES Y POWER LATINO

▪ **SERVICIO SECUNDARIO**

ESTÉTICA Y BELLEZA

TRATAMIENTOS FACIALES
TRATAMIENTOS CORPORALES
DEPILACIONES
MANICURE Y PEDICURE

Nota: El Centro Terapéutico de Medicina Alternativa y SPA tendrá todas las áreas equipadas con aromaterapia, cromoterapia y musicoterapia, a fin de brindar al cliente un ambiente relajante y acogedor, cabe señalar que estos servicios se encontrarán incluidos en el precio de cada una de las terapias alternativas.

El servicio se basará en tres procesos: diagnóstico, plan de trabajo y ejecución; es decir se contará con un especialista responsable de diagnosticar cuál es el problema o necesidad del cliente y cómo tratarlo, el cuál decidirá el plan de trabajo que se ejecutará, esto con la finalidad de cubrir las necesidades de forma responsable, rápida y con garantía, a fin que el cliente se sienta seguro y tranquilo.

Cabe señalar que el Centro Terapéutico de Medicina Alternativa pondrá a disposición de los clientes productos de venta en la sala de té como: bebidas, productos alimenticios y a la vez ofrecerá productos de venta para el cuidado en casa como: cremas, inciensos, cds entre otros.

2.4 DETERMINACIÓN DEL MERCADO OBJETIVO

"El mercado objetivo es el segmento al que está dirigido un determinado bien o servicio, la estrategia de definir un mercado objetivo consiste en una selección de un grupo de clientes a los que se pretende ofrecer el servicio, esto se logra con la segmentación del mercado"⁵.

⁵ HERNÁNDEZ BRAVO, Juan. *Segmentación de Mercados*. 2002.
[<http://www.gestioolis.com/recursos/documentos/fulldocs/mar/segmdos.htm>].

Este estudio está enfocado a la población del sector Sur de la ciudad de Quito, por lo que fue necesario utilizar datos reales y proyectados, proporcionados por organismos públicos y privados entre ellos están el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC), Municipio de Quito, Sistema Integrado de Indicadores Sociales del Ecuador (SIISE), Ministerio de Salud Pública, Dirección de Salud Pública y MARCOP.

2.4.1 SEGMENTACIÓN DEL MERCADO

"La segmentación del mercado es un proceso que consiste en dividir un mercado total en grupos pequeños internamente homogéneos y elegir entre los mercados resultantes, el mercado más conveniente para incursionar"⁶.

- **Segmentación Geográfica**

"Se refiere a la división de mercados en regiones de un país, tamaño del mercado, densidad del mercado (número de personas que existe en una unidad de superficie) o clima"⁷.

En el Distrito Metropolitano de Quito existe una población de 1.839.853 habitantes hasta el 2001, en el año de 1990 era aproximadamente 1.372.000 habitantes, lo cual significa que ha crecido a un ritmo del 2,7 % promedio anual, lo que representa un crecimiento de 500.000 habitantes en el lapso de 11 años según el VI Censo de Población y V de vivienda del 25 de noviembre del 2001. A continuación lo detallamos:

Cuadro No.4
DISTRIBUCIÓN DE LA POBLACIÓN DEL CANTÓN QUITO
PERIODO(1990-2001)

<u>ÁREAS</u>	<u>TOTAL</u>	<u>HOMBRES</u>	<u>MUJERES</u>
TOTAL	1.839.853	892.570	947.283
URBANA	1.399.378	674.962	724.416
RURAL	440.475	217.608	222.867

Fuente: Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC).

Elaborado por: María Augusta Semanate H.

⁶ LAMB, Charles W. Jr. y otros. *Marketing*. 6ta. Edición. Editorial Thompson. México. 1998. p. 216.

⁷ Ibidem, p. 216.

El Instituto Nacional de Estadísticas y Censos a fin de suplir necesidades de empresas públicas, privadas y otros ha realizado proyecciones hasta el año 2010, sin considerar los migratorios, por lo que para el año 2010 se tendría una población de ⁸1.619.791 aproximadamente en el área urbana.

Cuadro No.5
PROYECCIÓN DE LA POBLACIÓN CANTÓN QUITO AL 2010

Año 2005			Año 2006			Año 2007		
ÁREA URBANA	ÁREA RURAL	TOTAL	ÁREA URBANA	ÁREA RURAL	TOTAL	ÁREA URBANA	ÁREA RURAL	TOTAL
1.519.964	487.389	2.007.353	1.539.907	496.353	2.036.260	1.559.295	505.316	2.064.611

Año 2008			Año 2009			Año 2010		
ÁREA URBANA	ÁREA RURAL	TOTAL	ÁREA URBANA	ÁREA RURAL	TOTAL	ÁREA URBANA	ÁREA RURAL	TOTAL
1.579.186	514.272	2.093.458	1.599.361	523.233	2.122.594	1.619.791	532.202	2.151.993

Fuente: Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC).

Elaborado por: María Augusta Semanate H.

Por otro lado de acuerdo a la proyección al año 2015 generada por el Municipio de Quito se tiene que existirán alrededor de 2.424.527 habitantes en el área urbana, con una TCA= 1,8%. Lo que dará como resultado probablemente el desarrollo de numerosos proyectos arquitectónicos lo generará aglomeración y estrés.

Cuadro No.6
PROYECCIÓN DE LA POBLACIÓN DEL
CANTÓN QUITO ÁREA URBANA AL AÑO 2015

Área Urbana	2.424.527 habitantes
Tasa de Crecimiento Demográfica	1,8%

Fuente: Unidad de Estudios; DMPT-MDMQ.

Elaborado por: María Augusta Semanate H.

Como la investigación se realizará en el sector Sur del Distrito Metropolitano de Quito, se ha debido estudiar éste propiamente de acuerdo a las administraciones y

⁸ Estos datos serán confirmados en el Censo del 28 de Noviembre del 2010. En la mayoría de casos, podría distorsionar los resultados por efectos de la reclasificación y migración tanto interna como internacional. **Fuente:** INEC.

parroquias zonales que lo conforman, obteniendo para el año 2010 una proyección de 685.686 habitantes en este sector.

Cuadro No.7
PROYECCIÓN DE LAS PARROQUIAS URBANAS DE LA CIUDAD DE QUITO SECTOR SUR

<u>ADMINISTRACIONES Y PARROQUIAS ZONALES</u>	<u>POBLACIÓN DATOS CENSO</u>		<u>PROYECCIONES</u>		
	<u>1990</u>	<u>2001</u>	<u>2005</u>	<u>2010</u>	<u>2015</u>
Guamaní	13.525	39.157	47.724	56.821	63.139
Turubamba	7.277	29.290	40.816	58.675	80.732
La Ecuatoriana	15.441	40.091	46.787	52.476	54.583
Quitumbe	9.722	39.262	54.787	78.915	108.829
Chillogallo	20.909	42.585	45.183	44.553	40.297
Quitumbe	66.874	190.385	235.298	291.439	347.581
La Mena	22.374	36.825	43.510	53.106	64.137
Solanda	53.662	78.223	88.273	101.487	115.161
La Argelia	30.008	47.137	54.716	65.255	76.923
San Bartolo	53.356	60.381	62.015	63.206	63.400
La Ferroviaria	65.610	66.261	65.278	63.138	60.082
Chilibulo	42.794	47.035	47.792	48.055	47.549
La Magdalena	34.767	31.831	30.264	28.004	25.498
Chimbacalle	50.637	43.173	40.009	35.868	31.652
Eloy Alfaro	353.208	410.866	431.857	394.247	484.402
TOTAL	420.082	601.251	667.155	685.686	831.983

Fuente: Sistema Integrado de Indicadores Sociales del Ecuador (SIISE).

Elaborado por: María Augusta Semanate H.

▪ **Segmentación Demográfica**

Esta segmentación es altamente disponible y a menudo se relaciona con factores como el comportamiento de compra y de consumo"⁹. Las variables que se tomarán en cuenta para esta segmentación se detallan a continuación:

Tabla No.1
VARIABLES SEGMENTACIÓN DEMOGRÁFICA

Edad	18 años en adelante
Sexo	Hombres y Mujeres
Ingreso	Igual o mayor a \$1.092,36
Ciclo de Vida Familiar	Clase C (medio) , D(medio bajo) ¹⁰

Elaborado por: María Augusta Semanate H.

⁹ LAMB, Charles W. Jr. y otros. Op. Cit. p.218.

¹⁰ Según datos de los índices estadísticos del Ecuador, en el sector Sur no existe el nivel socioeconómico Alto Medio Alto (AB), esto no significa que exista carencia de dinero y riqueza en este sector, sino a un problema económico - cultural; relacionado con el estilo de vida de la población. **Fuente:** MARKOP

En este estudio son indiferentes aspectos como antecedentes étnicos, religión, nacionalidad, estado civil, entre otros. El nivel de ingreso se ha tomado, de acuerdo a los límites de los quintiles¹¹ de ingresos y gastos per cápita de hogares del Cantón Quito; para su mayor comprensión se explica en la siguiente tabla:

Cuadro No.8
LÍMITES DE LOS QUINTILES DE INGRESO
PERCÁPITA DEL CANTÓN QUITO

<u>QUINTILES DOMINIO</u>	<u>MÍNIMO</u>	<u>MÁXIMO</u>
1	29,00	1.089,92
2	1.092,36	1.646,13
3	1.646,28	2.469,70
4	2.471,04	4.066,29
5	4.067,66	22.289,88

Fuente: Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC).

Elaborado por: María Augusta Semanate H.

▪ **Segmentación Psicográfica**

"Esta segmentación ofrece un panorama más completo en cuanto a bases de personalidad, motivos y estilos de vida"¹², estas variables se detallan a continuación:

Tabla No.2
SEGMENTACIÓN PSICOGRÁFICA

<u>Personalidad</u>	Preocupados/ Cuidadosos/ Creyentes/ Experimentadores/ Luchadores/ Independientes/ Vanidosos.
<u>Motivos</u>	Encontrar un lugar de relajamiento y sanación de mente, cuerpo y espíritu. Buscar terapias complementarias para contrarrestar una enfermedad evitando el consumo excesivo de fármacos. Mejorar la apariencia física y emocional.
<u>Estilos de Vida</u>	Enfermos esporádicos y/o enfermos frecuentes. Descuidado. Tenso. Saludable En busca de status. Imagen.

Fuente: Investigación de Mercados.

Elaborado por: María Augusta Semanate H.

¹¹ Un quintil es la quinta parte de una población estadística ordenada de menor a mayor en alguna característica, en este caso un quintil contempla el ingreso per cápita que hay en los hogares del país, es decir considera el ingreso total que existe en una familia (incluyendo a todos los miembros de ella que reciban algún sueldo), y que al dividirlo por el número de integrantes que la componen su resultado sea el ingreso per cápita. **Fuente:** INEC.

¹² LAMB, Charles W. Jr. y otros. Op. Cit. p.221.

- **Segmentación por beneficios**

"Consiste en agrupar consumidores en segmentos de mercado de acuerdo con los beneficios que buscan con el producto o servicio"¹³.

Tabla No.3
SEGMENTACIÓN POR BENEFICIOS

Conocimiento del servicio	Pleno, No Satisfechos, Desconocen.
Necesidad del Servicio	Sitios de salud integral y relajación.
Preferencia por el Servicio	Atención personalizada y diferenciada.
Ocasión de Consumo	Presencia de alguna enfermedad física o emocional. Impulso a mejorar la salud. Tiempo libre o descanso.
Tasa de Uso	Frecuente. A veces. Una sola vez.
Beneficios	Cuidado de la Salud. Variedad en terapias y tratamientos. Relajamiento. Esparcimiento. Comodidad. Precios accesibles.

Fuente: Investigación de Mercado.

Elaborado por: María Augusta Semanate H.

2.4.2 MERCADO OBJETIVO

El mercado objetivo es un grupo de personas o empresas para las que una empresa diseña, implementa y mantiene una mezcla de marketing con el propósito de satisfacer las necesidades de sus futuros clientes.

Para fijar el mercado objetivo se utilizó datos del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (VI Censo de Población y V de vivienda del 25 de noviembre del 2001), los cuales permitieron establecer la información necesaria para la determinación de este, el mismo que se lo expone a continuación:

¹³ Ibidem, p.224.

Aplicando la proyección del año 2001 hasta el año 2010 se tiene que la ciudad de Quito cuenta con 1.619.791 habitantes que residen en el área urbana, de los cuales de acuerdo al censo 2001 se estima que el 50,7 % pertenece al sexo femenino y el 49,3 % al sexo masculino.

- Por consiguiente de acuerdo a la proyección al año 2010 de la población efectuada por el Sistema Integrado de Indicadores Sociales del Ecuador se tienen que existen 685.686 habitantes en el sector Sur de la ciudad de Quito del área urbana, dividida por administraciones zonales y parroquiales. UNIVERSO: Población Total del Sur de Quito al año 2010 = 685.686 habitantes.
- Debido a la división de la población del cantón Quito según sexo y grupos de edad en la segmentación realizada anteriormente, se analizará edades entre 18 años en adelante por lo tanto se obtuvo:

Tabla No. 4
POBLACIÓN DEL CANTÓN QUITO SEGÚN SEXO
Y GRUPOS DE EDAD

Población	685.686
Grupos de Edad entre 18 años en adelante entre hombres y mujeres 66.18%	453.786

Elaborado por: María Augusta Semanate H.

- Por otro lado de acuerdo a los niveles socioeconómico se obtuvo que en el sector Sur el 21% de la población pertenece al nivel socioeconómico medio (C), el 50 % al nivel socioeconómico (D), y el 23% de la población pertenece al nivel socioeconómico (E).

Tabla No. 5
NIVELES SOCIOECONÓMICO SECTOR SUR

Habitantes de la zona Sur con edades entre 18 años en adelante	453.786
Niveles Socioeconómicos C y D 71%	322.188

Elaborado por: María Augusta Semanate H.

Por lo tanto este estudio estará dirigido al Distrito Metropolitano de Quito sector Sur, para hombres y mujeres de 18 años en adelante, de niveles socioeconómicos C y D, es decir el *mercado objetivo es de 322.188 habitantes*.

2.5 INVESTIGACIÓN DE MERCADOS

El objetivo de la investigación de mercados es contar con información confiable acerca del mercado es decir del comportamiento del consumidor, decisiones de compra, gustos y preferencias, consecuentemente conocer fortalezas y debilidades de la competencia y sus problemas más frecuentes. En base a esta información se establecerán estrategias oportunas de acuerdo a la etapa del ciclo de vida del servicio, con el fin de satisfacer las necesidades de la población objetivo.

De esta manera para establecer la decisión de compra, el cliente primero reconoce la necesidad de encontrar un lugar que ofrezca salud y relajación con el fin de evitar el estrés a través de un tratamiento oportuno no solamente para curar una dolencia sino para posteriormente mejorar su calidad de vida alcanzando bienestar propio y al mismo tiempo mejorar su apariencia física.

Hoy en día, la prestación de este tipo de servicio es muy demandado en nuestro país y en el mundo, debido a varios problemas que están deteriorando la salud de la población. El surgimiento de nuevas herramientas, tecnología y ocupaciones ha propiciado una nueva dinámica social, es decir grandes cambios en la vida humana pero también alteraciones en la naturaleza y en el ser humano dando lugar al sedentarismo.

En cuanto a la competencia, en la ciudad de Quito existe un alto porcentaje de empresas competidoras como se pudo observar anteriormente, donde la mayoría de estas empresas se encuentran ubicadas en lugares de mayor plusvalía como son el norte y los valles, consecuentemente se pudo notar que la zona Sur no está explotado en su totalidad, convirtiéndose en una ventaja competitiva.

2.5.1 DETERMINACIÓN DEL TAMAÑO DE LA MUESTRA

"La muestra consiste en definir la porción elegible de individuos del mercado objetivo a la que se aplica la encuesta para obtener información deseada y esta a la vez representa la población objetivo a la que se dirige el proyecto."¹⁴.

La mejor elección de la muestra implica tener un equilibrio entre valor y precisión. El término precisión significa el tamaño del intervalo aproximado de confianza, así como también elegir un nivel de precisión equivale a elegir el error del muestreo. Conjuntamente se debe conocer la varianza y/o las proporciones de viabilidad de la muestra.

Para obtener un estimado de la varianza positiva o negativa de viabilidad se realizará una prueba piloto, que se detallará más adelante, por otro lado para determinar el tamaño de la muestra se aplicará el método no probabilístico, muestreo por estratos o cuotas.

2.5.1.1 PRUEBA PILOTO

"Es una herramienta previa que emplea una pregunta de valor que permitirá determinar la validez de la encuesta, de manera que sea fácil de aplicar y entender por el encuestado y a la vez encontrar la probabilidad de éxito "p" y la probabilidad de fracaso "q", datos que servirá para determinar el tamaño de la muestra"¹⁵.

La prueba piloto se aplicó a 100 personas que están dentro de las variables de segmentación anotadas anteriormente. La pregunta de valor aplicada fue:

¿Alguna vez ha asistido a un Centro Terapéutico de Medicina Alternativa y Salud por Agua (SPA) o algún lugar que ofrezca servicios similares?

¹⁴ Cruz A, Luis. *Diseño y Evaluación de Proyectos de Inversión*. Edición Asociación María Augusta Proaño. [Http: //www.scoutsecuador.org/Documentos/RAMAS/Rovers/OTRO/Libro_proyectos. pdf]. p.17.

¹⁵ Ibidem, p.18

Para la obtención de los resultados se consideró como respuestas una opción positiva y otra negativa, con lo que se ha conseguido el siguiente resultado:

Tabla No. 6
RESULTADOS PRUEBA PILOTO No. 1

SI	39/100=0,39
NO	61/100=0,61

Elaborado por: María Augusta Semanate H.

Por otro lado, para obtener mayor precisión en cuanto a resultados y determinar la validez de la encuesta en cuanto al grado de aceptación que tendrá la propuesta de intervención, se decidió realizar una segunda prueba piloto a 33 personas, la pregunta de valor aplicada fue:

¿Sí existiera en el Sur de Quito un Centro de Medicina Alternativa y Salud por Agua (SPA) utilizaría sus servicios?

Tabla No.7
RESULTADOS PRUEBA PILOTO No.2

SI	28/33=0,84
NO	5/33=0,16

Elaborado por: María Augusta Semanate H.

2.5.1.2 CÁLCULO DEL TAMAÑO DE LA MUESTRA

Para el cálculo del tamaño de la muestra se tomó los datos obtenidos de la segunda prueba piloto realizada anteriormente ¿Sí existiera en el Sur de Quito un Centro de Medicina Alternativa y Salud por Agua (SPA) utilizaría sus servicios?, consecuentemente se obtuvo que el 84% de los encuestados respondieran en forma positiva y el 16% en forma negativa. Por lo tanto la proporción positiva es igual a 0,84 y la proporción negativa es igual a 0,16.

Fórmula para determinar el tamaño de la muestra:

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

En donde:

N= Total Población (322.188 habitantes)

Z= Nivel de Confianza (1,96 si la seguridad es del 95%)

p= Proporción Esperada Positiva (0,84)

q= Proporción Esperada Negativa (0,16)

E= Margen de Error (6%)

$$n = \frac{1,96^2 (0,84)(0,16)(322.188)}{1,96^2 (0,84)(0,16) + (322.188 - 1)0,06^2}$$

$$n = \frac{159.629}{0,516 + 1.159,87}$$

$$n = 138$$

Para el presente estudio se ha tomado en consideración varios métodos que proporcionan información necesaria para el cumplimiento de los objetivos, a fin de obtener datos acerca de los siguientes puntos: conocimiento y frecuencia del uso del servicio, gustos y preferencias, demanda del servicio, oferta del servicio, precios, entre otros.

De esta manera se realizó una investigación de campo en el sector, con el objetivo de cerciorarse de las condiciones reales en la que se desarrolla el problema. Por otro lado fue necesario contar con información de fuentes primarias y fuentes secundarias.

Fuentes primarias: Observación documental y de campo, la encuesta realizada a los clientes potenciales y a la comunidad involucrada en el proyecto objeto de estudio.

Fuentes secundarias: Información de análisis documental, a través de textos especializados en Medicina Alternativa, proyectos, estadísticas, revistas de corte

médico, datos existentes de organismos públicos y privados, con relación a establecimientos existentes y tipos de servicios.

Por lo tanto para la realización de este estudio, de acuerdo al cálculo anterior, se aplicarán 138 encuestas, en el sector Sur del Distrito Metropolitano de Quito.

2.5.2 APLICACIÓN DE LA ENCUESTA

Para la realización de la encuesta se aplicaron preguntas de tipo abiertas y cerradas conformadas por las dicótomas en donde se establecen dos tipos de alternativas de respuesta “SI” o “NO” y preguntas de opción múltiple.

Las 138 encuestas fueron aplicadas en el sector Sur de Quito, el 40% se realizaron en sectores elegidos dentro del mercado y el 60% se realizó en Centros Comerciales debido a la afluencia de gente que existe en estos lugares tomando en cuenta que la mayoría, que acude a ellos, son residentes del sector, a continuación se detalla:

Cuadro No.9
DISTRIBUCIÓN DE ENCUESTAS BARRIOS

Porcentaje	Barríos
	La Villaflora
	La Magdalena
	El Calzado
40%	Turubamba
55 Encuestas	Santa Anita
	La Biloxi
	San Bartolo
	Quitumbe

Fuente: Investigación de Mercados.

Elaborado por: María Augusta Semanate H.

Cuadro No.10
DISTRIBUCIÓN DE ENCUESTAS
CENTROS COMERCIALES

Porcentaje	Centros Comerciales
60%	C.C. Atahualpa
83 encuestas	C.C. El Recreo
	Megamaxi Quitumbe

Fuente: Investigación de Mercados

Elaborado por: María Augusta Semanate H.

2.5.2.1 FORMATO DE LA ENCUESTA

ENCUESTA PARA LA CREACIÓN DE UN CENTRO TERAPÉUTICO DE MEDICINA ALTERNATIVA Y SALUD POR AGUA (SPA)

OBJETIVO:

Determinar la aceptación de la creación de un Centro Terapéutico Medicina Alternativa y Salud por Agua (SPA) para las personas que residen en la zona Sur del Distrito Metropolitano de Quito.

DATOS PERSONALES:

EDAD: _____ SEXO: M___ F___

SECTOR EN EL QUE VIVE: _____ OCUPACIÓN: _____

1. ¿Alguna vez ha asistido a un Centro Terapéutico de Medicina Alternativa y Salud por Agua (SPA) o algún lugar que ofrezca servicios similares?

SI

NO

¿Por qué?

.....

2. ¿Sí existiera en el Sur de Quito un Centro Terapéutico de Medicina Alternativa y Salud por Agua (SPA) usted utilizaría sus servicios (Acupuntura, Hidroterapia, Reflexología, Masajes Terapéuticos, Aromaterapia, Pilates, Sala de té entre otros)?

SI

NO

3. ¿Con qué frecuencia asistiría a este centro?

1 o 2 veces a la semana

Por única vez

Cada 15 días

Por pedido médico

Cada mes

4. ¿Dónde preferiría que esté ubicado este centro?

La Villaflora Quitumbe La Biloxi
 La Magdalena San Bartolo El Calzado

Otros.....

5. Mencione el nombre de algún SPA al que asistió alguna vez a recibir servicios similares.

.....

6. ¿Cómo califica al servicio que le ofrecieron en este centro?

Excelente Bueno Normal Regular Malo

¿Por qué?

.....

7. Señale los servicios que le gustaría recibir en un Centro Terapéutico de Medicina Alternativa y Salud por Agua (SPA). Marque con una x.

Acupuntura	<input type="checkbox"/>
Armonización de los Chakras	<input type="checkbox"/>
Aromaterapia – Cromoterapia – Musicoterapia	<input type="checkbox"/>
Baños de Cajón	<input type="checkbox"/>
Biomagnetismo (Terapias mediante campos electromagnéticos)	<input type="checkbox"/>
Geoterapia	<input type="checkbox"/>
Pilates y Power Latino	<input type="checkbox"/>
Homeopatía	<input type="checkbox"/>
Hidroterapia (Chorros de agua a presión, Baño Turco, Baño Sauna , Masajes con Duchas Personalizadas, Compresas)	<input type="checkbox"/>
Masajes Terapéuticos (Cuello Tenso, Rodillas Cansadas, Espalda Contracturada)	<input type="checkbox"/>
Reflexología (Terapias en manos y pies)	<input type="checkbox"/>
Tratamientos Faciales y Corporales (Facial, Exfoliación Corporal, Depilaciones, Manicure, Pedicure.)	<input type="checkbox"/>

8. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por un servicio en un Centro Terapéutico de Medicina Alternativa y SPA?

Entre 15 y 20 dólares
 Entre 25 y 35 dólares
 Entre 35 y 45 dólares

9. ¿Qué aspectos considera más importantes para asistir a un SPA, califique de 1 al 6 según su importancia?

Atención del personal	()
Instalaciones y equipos	()
Precios	()
Ubicación	()
Higiene del Lugar	()
Horario	()

10. ¿Qué medio de difusión es el preferido por usted?

Televisión	<input type="checkbox"/>	Internet	<input type="checkbox"/>	Periódicos	<input type="checkbox"/>
Radio	<input type="checkbox"/>	Hojas Volantes	<input type="checkbox"/>	Revistas	<input type="checkbox"/>

2.5.2.2 TABULACIÓN Y ANÁLISIS DE LA ENCUESTA

Para realizar un análisis adecuado de la demanda actual, es necesario realizar una tabulación pregunta a pregunta de la encuesta realizada al público al cual está dirigido este estudio. Por lo tanto los datos personales del encuestado son un factor esencial. La tabulación se detalla a continuación:

DATOS PERSONALES:

1. Sexo de los Encuestados

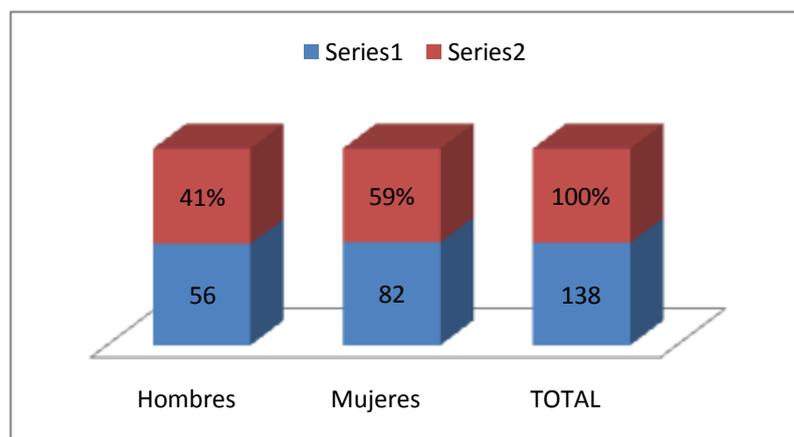
Cuadro No.11
Sexo de los Encuestados

Hombres	Mujeres	TOTAL
56	82	138
41%	59%	100%

Fuente: Investigación de Campo.

Elaborado por: María Augusta Semanate H.

Gráfico No.1
SEXO DE LOS ENCUESTADOS



Fuente: Investigación de Mercados

Elaborado por: María Augusta Semanate H.

Interpretación:

De las personas encuestadas, el 59% fueron mujeres y el 41% fueron hombres, esto significa que al Centro Terapéutico de Medicina Alternativa y SPA acudirán tanto hombres como mujeres, pues los servicios que se ofrecerán en este centro beneficiarán a ambos sexos, por otro lado se puede observar según los resultados que habrá mayores elementos de tipo femenino.

2. Edad de los Encuestados

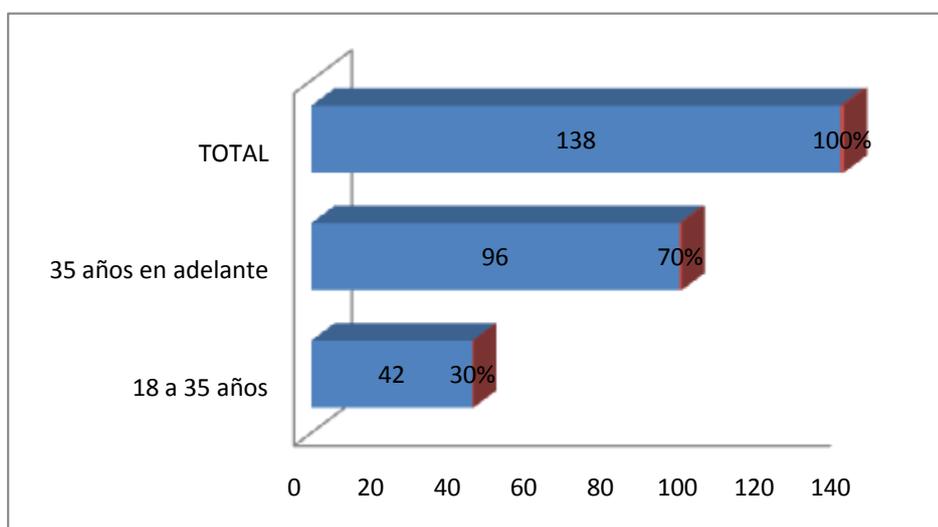
Cuadro No. 12
Edad de los Encuestados

18 a 35 años	35 años en adelante	TOTAL
42	96	138
30%	70%	100%

Fuente: Investigación de Campo.

Elaborado por: María Augusta Semanate H.

Gráfico No.2
EDAD DE LOS ENCUESTADOS



Fuente: Investigación de Campo.

Elaborado por: María Augusta Semanate H.

Interpretación:

De las personas encuestadas el 30% tienen edades entre 18 y 35 años y el 70% tienen edades entre 35 años en adelante, entre hombres y mujeres. Como se puede observar en la pregunta No.8 que se detalla más adelante las personas que tienen edades entre 18 y 35 años estarían interesadas por servicios como pilates, power latino, tratamientos faciales, tratamientos corporales y masajes terapéuticos. Por el contrario, personas que se encuentran en edades de 35 años en adelante preferirán utilizar servicios como la acupuntura, hidroterapia, masajes terapéuticos, aromaterapia, musicoterapia, cromoterapia, biomagnetismo y reflexología.

3. Sector en el qué vive

Cuadro No. 13
Sector en el qué vive

<u>Lugares Elegidos dentro del Mercado</u>	<u>%</u>	<u>Nro. Personas Encuestadas</u>	<u>Nro. Personas Encuestadas</u>
Barrios			
La Villaflora	40	55	6
La Magdalena			6
El Calzado			6
Turubamba			6
Santa Anita			6
La Biloxi			6
San Bartolo			6
Quitumbe			13
Centros Comerciales			
C.C. Atahualpa	60	83	26
C.C. El Recreo			26
Megamaxi Quitumbe			31
TOTAL	100	138	

Fuente: Investigación de Campo.

Elaborado por: María Augusta Semanate H.

Gráfico No.3
SECTOR EN EL QUE VIVE



Fuente: Investigación de Campo.

Elaborado por: María Augusta Semanate H.

Interpretación

Esta pregunta se realizó con el objeto de conocer sí el número de personas encuestadas residen únicamente en la Zona Sur debido a que el 40% de las encuestas

se realizaron en barrios elegidos dentro del mercado y el 60% de las encuestas se realizaron en centros comerciales y no todas las personas que visitan estos lugares residen necesariamente en el sector por esta razón estas personas no fueron tomadas en cuenta.

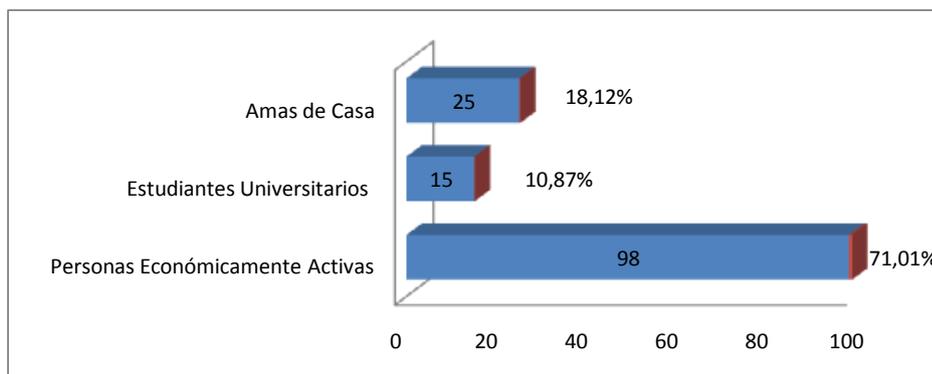
4. Ocupación

Cuadro No. 14
Ocupación

Personas Económicamente Activas	Estudiantes Universitarios	Amas de Casa	Total
98	15	25	138
71,01%	10,87%	18,12%	100%

Fuente: Investigación de Campo
Elaborado por: María Augusta Semanate H.

Gráfico No.4
OCUPACIÓN



Fuente: Investigación de Campo.
Elaborado por: María Augusta Semanate H.

Interpretación:

De las personas encuestadas el 71% trabaja, el 18% son amas de casa y 15% son estudiantes universitarios. Como se puede observar existe un gran porcentaje de personas que realizan alguna actividad económica lo cual evidencia dos aspectos: existe capacidad de compra en este Sector y podrían ser personas vulnerables al estrés, por lo que es necesario poner énfasis en estrategias de captación de nuevos mercados.

Pregunta No.1

¿Alguna vez ha asistido a un Centro Terapéutico de Medicina Alternativa y Salud por Agua (SPA) o algún lugar que ofrezca servicios similares? ¿Por qué SI, NO?

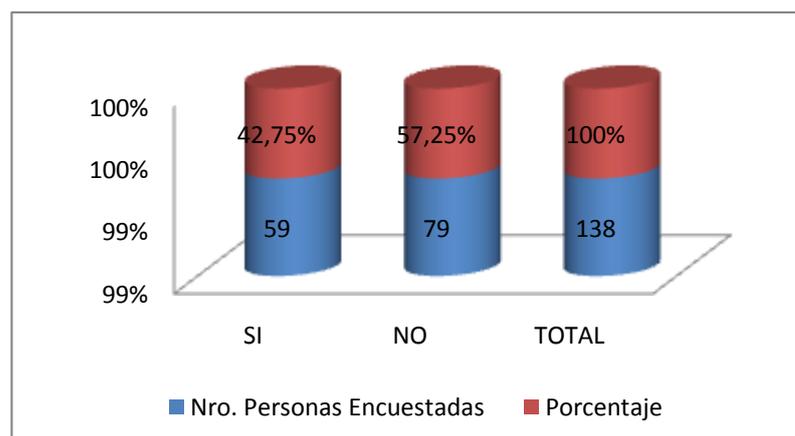
Cuadro No.15
Personas que asisten a un Centro Terapéutico de Medicina Alternativa y Spa o lugares similares

<u>Respuesta</u>	<u>Nro. Personas Encuestadas</u>	<u>Porcentaje</u>
SI	59	42,75
NO	79	57,25
TOTAL	138	100

Fuente: Investigación de Campo.

Elaborado por: María Augusta Semanate H.

Gráfico No.5
PERSONAS QUE ASISTEN A UN SPA O LUGARES SIMILARES



Fuente: Investigación de Campo.

Elaborado por: María Augusta Semanate H.

Interpretación:

De las personas encuestadas el 42,75% han asistido a un Centro Terapéutico de Medicina Alternativa y Spa o a algún lugar que ofrecen servicios similares y el 57,25% no lo han hecho. Como se puede observar existe un gran porcentaje de personas que no asisten a este tipo de centros, ellos serían clientes potenciales, por lo que será necesario estructurar estrategias publicitarias con el fin de dar a conocer el servicio. Las razones por las que no asisten en su gran mayoría son por desconocimiento, falta de tiempo y lejanía, entre las más importantes; consecuentemente las razones por la que asisten es porque quieren lograr

desconectarse por un momento de su vivir diario y lograr disminuir el estrés, esto se aprecia en forma general.

Pregunta No.2

¿Sí existiera en el Sur de Quito un Centro Terapéutico de Medicina Alternativa y Salud por Agua (SPA) usted utilizaría sus servicios (Acupuntura, Hidroterapia, Reflexología, Masajes Terapéuticos, Aromaterapia, Pilates entre otros)?

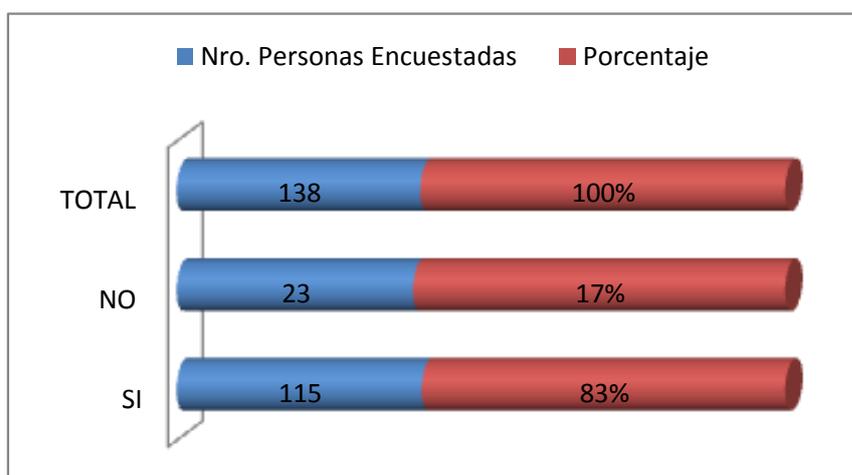
Cuadro No.16
Personas que asistirían a un Centro Terapéutico de Medicina Alternativa y Spa sí lo existiera

Respuesta	Nro. Personas Encuestadas	Porcentaje
SI	115	83%
NO	23	17%
TOTAL	138	100%

Fuente: Investigación de Campo.

Elaborado por: María Augusta Semanate H.

Gráfico No.6
PERSONAS QUE ASISTIRÍAN A UN CENTRO TERAPÉUTICO DE MEDICINA ALTERNATIVA Y SPA



Fuente: Investigación de Campo.

Elaborado por: María Augusta Semanate H.

Interpretación:

Esta pregunta se realizó con el fin de establecer la aceptación que tendría este centro en el sector Sur de Quito. Así de las personas encuestadas el 83% estaría dispuesto a asistir a un Centro Terapéutico de Medicina Alternativa y Spa y el 17% no, esto porque simplemente no les interesa u otras razones. Por otro lado, de las 115 personas que respondieron afirmativamente el 67% corresponden al sexo femenino y

el 33% al sexo masculino. Por lo tanto esta pregunta presenta dos resultados primero se reafirma que existirá mayores elementos de tipo femenino, y la segunda que acudirán hombres a la prestación del servicio. Por lo que es necesario poner énfasis en estrategias de penetración y captación de nuevos mercados.

Pregunta No.3

¿Con qué frecuencia asistiría a este centro?

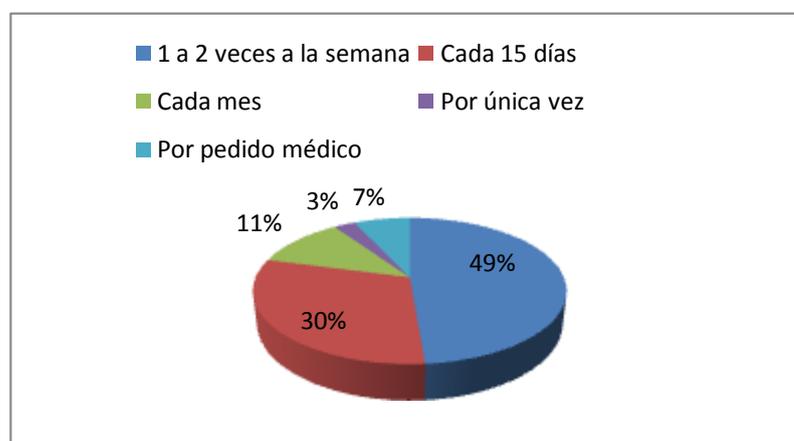
Cuadro No.17
Frecuencia de Asistencia

Respuesta	Nro. Personas Encuestadas	Porcentaje
1 a 2 veces a la semana	56	48,36%
Cada 15 días	35	30,43%
Cada mes	13	12,07%
Por única vez	3	2,60%
Por pedido médico	8	6,54%
	115	100%

Fuente: Investigación de Campo.

Elaborado por: María Augusta Semanate H.

Gráfico No.7
Frecuencia de Asistencia



Fuente: Investigación de Campo.

Elaborado por: María Augusta Semanate H.

Interpretación:

De las personas encuestadas se pudo establecer la frecuencia de asistencia hacia el Centro Terapéutico de Medicina Alternativa y SPA, de la cuales el 48,36% contestó que está dispuesto asistir 1 o 2 veces a la semana, el 30,43% cada 15 días, el 12,07% cada mes, el 6,54% por pedido médico y 2,60% por única vez.

Pregunta No.4

¿Dónde preferiría que esté ubicado este centro?

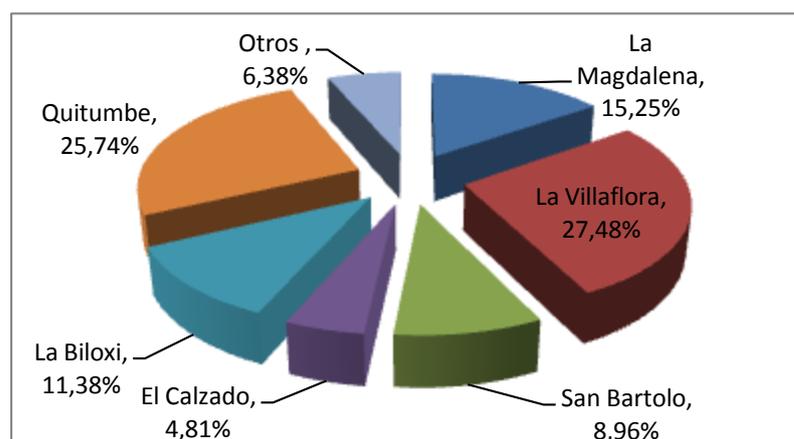
Cuadro No.18
Preferencia de Ubicación

Sectores	Porcentaje
La Magdalena	15,25%
La Villaflora	27,48%
San Bartolo	8,96%
El Calzado	4,81%
La Biloxi	11,38%
Quitumbe	25,74%
Otros	6,38%
TOTAL	100%

Fuente: Investigación de Campo.

Elaborado por: María Augusta Semanate H.

Gráfico No.8
LOCALIZACIÓN



Fuente: Investigación de Campo.

Elaborado por: María Augusta Semanate H.

Interpretación:

Los resultados de esta pregunta permitirá determinar en qué sector podría estar ubicado el Centro Terapéutico de Medicina Alternativa y SPA, de esta manera el 27,48% de los encuestados respondió el sector La Villaflora, el 25,74 % Quitumbe, el 15,25% La Magdalena, el 11,38% la Biloxi, el 8,96% San Bartolo, 6,38% respondieron otros como Chillogallo y Guamaní y el 4,81% El Calzado. Así los sectores más aceptados por la población Sur son La Villaflora, Quitumbe, La Magdalena, y La Biloxi, la razón de ello se podría deber a la afluencia de gente y

lugares que hay en estos sectores. Además cabe señalar que los encuestados respondieron en base a dos puntos: sitios en que se realizó la encuesta y de acuerdo a su comodidad.

Pregunta No.5

Mencione el nombre de algún SPA al que asistió alguna vez a recibir servicios similares.

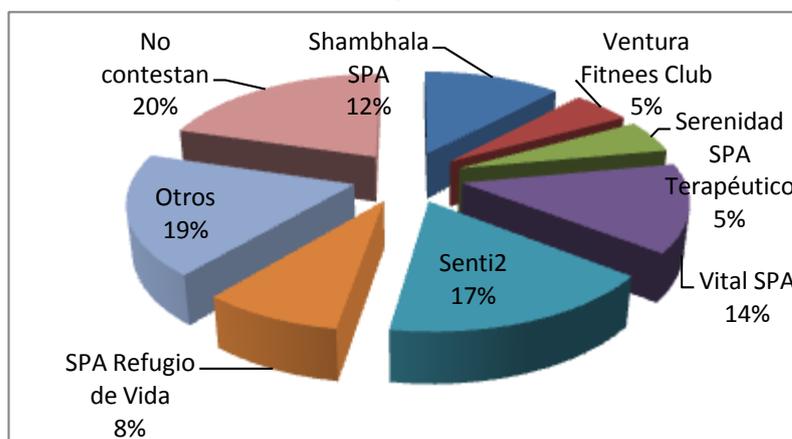
Cuadro No.19
Centros que conoce

EMPRESAS	Nro. Personas Encuestadas	Porcentaje
Shambhala SPA	7	11,86
Ventura Fitnees Club	3	5,08
Serenidad SPA Terapéutico	3	5,08
Vital SPA	8	13,56
Senti2	10	16,95
SPA Refugio de Vida	5	8,47
Otros	11	18,64
No contestan	12	20,34
TOTAL	59	100%

Fuente: Investigación de Campo.

Elaborado por: María Augusta Semanate H.

Gráfico No.9
CENTROS QUE CONOCE



Fuente: Investigación de Campo.

Elaborado por: María Augusta Semanate H.

Interpretación:

Los resultados de esta pregunta reflejan que existe desconocimiento de estos lugares en el sector Sur de la ciudad de Quito, ya que el 20,34% no contesta. Por otro lado se puede evidenciar que centros como Vital SPA, Serenidad SPA, Shambhala SPA y

Ventura Fitness Club son conocidos o por lo menos escuchados por algunas de estas personas aunque estos centros se encuentran ubicados en el Norte y los Valles de Quito. También se puede notar que el 16,95% y el 8,47% respectivamente acuden a establecimientos como Senti2 y SPA Refugio de Vida, los mismos que se encuentran ubicados en la zona Sur de Quito. Además se pudo notar que algunas personas que residen en el Sur de Quito, asocian a estos centros con las aguas termales de Papallacta, Spa's en Baños y Machachi, aunque no se encuentran ubicados en la ciudad Quito, por lo tanto a este porcentaje se lo clasificó en “OTROS”.

Pregunta No.6

¿Cómo califica al servicio que le ofrecieron en este centro?

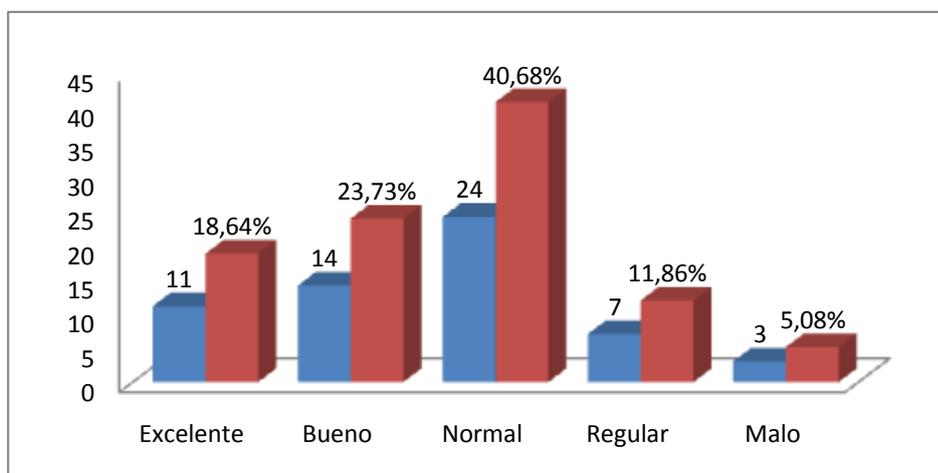
Cuadro No.20
Nivel de Satisfacción con el servicio

<u>Respuesta</u>	<u>Nro. Personas Encuestadas</u>	<u>Porcentaje</u>
Excelente	11	18,64
Bueno	14	23,73
Normal	24	40,68
Regular	7	11,86
Malo	3	5,08
TOTAL	59	100%

Fuente: Investigación de Campo.

Elaborado por: María Augusta Semanate H.

Gráfico No.10
Nivel de Satisfacción con el servicio



Fuente: Investigación de Campo.

Elaborado por: María Augusta Semanate H.

Interpretación:

Esta pregunta se estableció con el fin de determinar el nivel de satisfacción que tienen los usuarios que acuden a SPA, como se puede observar el 18,64% de los encuestados contestaron excelente, el 23,73% bueno, 40,68% normal, el 11,86% regular y el 5,08% malo.

Por lo tanto se puede observar que existe conformidad parcial del servicio por parte de los usuarios aunque no completamente ya que la mayor parte de respuestas están en normal lo que significa que todavía existe un alto grado de insatisfacción. Las razones por la que están satisfechos con el servicio ofertado son por su infraestructura, tecnología, y diversidad de tratamientos y entre las razones por las que no se encuentran completamente satisfechos están el costo de los tratamientos y lejanía.

Pregunta No. 7

Señale los servicios que le gustaría recibir en un Centro Terapéutico de Medicina Alternativa y Salud por Agua (SPA).

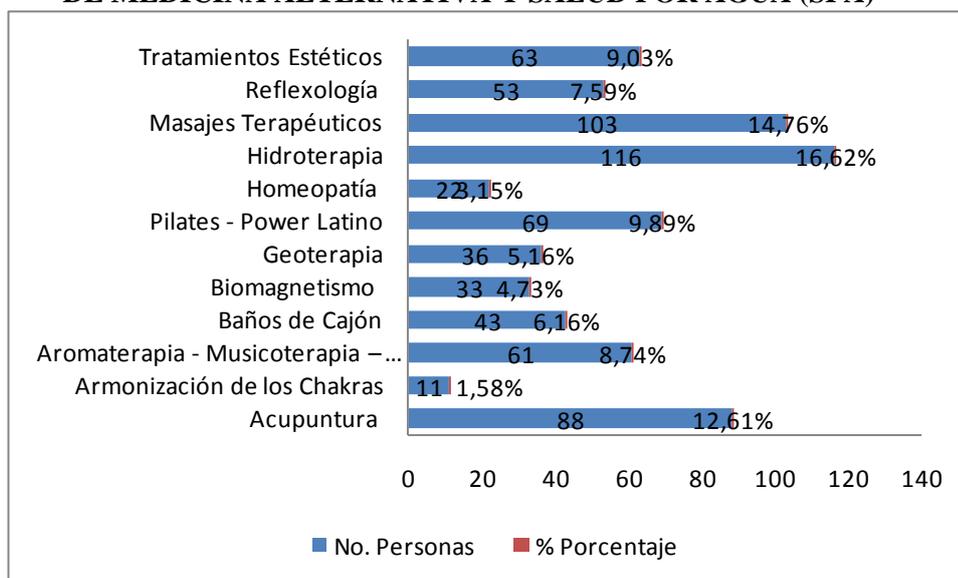
Cuadro No.21
Servicios que le gustaría recibir en un Centro Terapéutico de Medicina Alternativa y Salud por Agua (SPA)

Servicios que le gustaría recibir	No. Personas	% Porcentaje
Acupuntura	88	12,61
Armonización de los Chakras	11	1,58
Aromaterapia - Musicoterapia – Cromoterapia	61	8,74
Baños de Cajón	43	6,16
Biomagnetismo	33	4,73
Geoterapia	36	5,16
Pilates - Power Latino	69	9,89
Homeopatía	22	3,15
Hidroterapia	116	16,62
Masajes Terapéuticos	103	14,76
Reflexología	53	7,59
Tratamientos Estéticos	63	9,03
TOTAL	698	100%

Fuente: Investigación de Campo.

Elaborado por: María Augusta Semanate H.

Gráfico No.11
SERVICIOS QUE LE GUSTARÍA RECIBIR EN UN CENTRO TERAPÉUTICO DE MEDICINA ALTERNATIVA Y SALUD POR AGUA (SPA)



Fuente: Investigación de Campo.

Elaborado por: María Augusta Semanate H.

Interpretación:

Esta pregunta se realizó con la propósito de determinar los posibles tratamientos que se ofrecerán en el Centro Terapéutico de Medicina Alternativa y SPA, de esta manera de las 138 encuestas realizadas el 16,62% de personas encuestadas preferiría recibir tratamientos en base a la Hidroterapia, el 14,76% Masajes Terapéuticos, el 12,61% Acupuntura, el 9,89% Pilates y Power latino, el 8,74% Aromaterapia, Musicoterapia y Cromoterapia, el 9,03% Tratamientos estéticos (faciales, corporales, depilación, manicure, pedicure), el 7,59% Reflexología, el 6,16% Baños de Cajón, el 4,73% Biomagnetismo, el 5,16% Geoterapia, el 3,15% Homeopatía, y el 1,58% Armonización de los Chakras.

Pregunta No.8

¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por un servicio en un Centro Terapéutico de Medicina Alternativa y SPA?

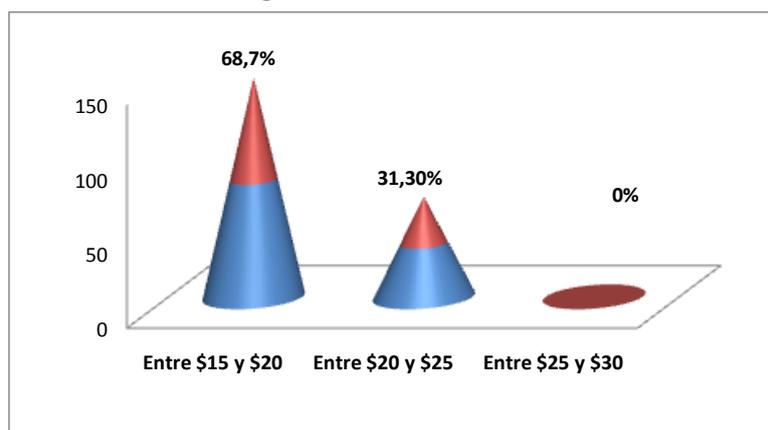
Cuadro No.22
Precio que estaría dispuesto a pagar

Entre \$15 y \$20	Entre \$20 y \$25	Entre \$25 y \$30	TOTAL
79	36	0	115
68,70%	31,30%	0%	100%

Fuente: Investigación de Campo.

Elaborado por: María Augusta Semanate H.

Gráfico No.12
PRECIO QUE ESTARÍA DISPUESTO A PAGAR



Fuente: Investigación de Campo.

Elaborado por: María Augusta Semanate H.

Interpretación:

Esta pregunta permite tener una idea del precio que estaría dispuesto a pagar un usuario por cada uno de los tratamientos, de esta forma el 68,70% respondió que estaría dispuesto a pagar entre 15 y 20 dólares por cada sesión, el 31,3% entre 20 y 25 dólares por cada sesión y el 0% entre 25 y 30 . Según estos resultados se puede observar que la mayoría de personas estaría dispuesta a pagar entre 15 y 20 dólares, por lo tanto se asignarán los precios en función de costos pero tomando en cuenta este resultado.

Pregunta No. 9

¿Qué aspectos considera más importantes para asistir a un SPA? Califique del 1 al 6 según su importancia, siendo 1 menos importante – 6 más importante.

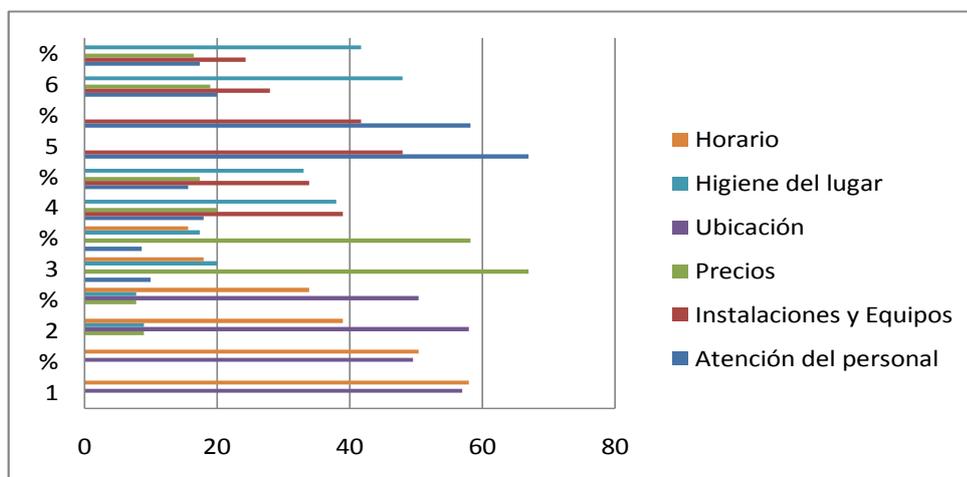
Cuadro No.23
Aspectos más importantes para asistir a un SPA

Aspectos	1	%	2	%	3	%	4	%	5	%	6	%	
Atención del personal	0	0,0	0	0,00	10	8,70	18	15,65	67	58,26	20	17,39	115
Instalaciones y Equipos	0	0,0	0	0,00	0	0,00	39	33,91	48	41,74	28	24,35	115
Precios	0	0,0	9	7,83	67	58,26	20	17,39	0	0	19	16,52	115
Ubicación	57	49,6	58	50,43	0	0,00	0	0,00	0	0	0	0,00	115
Higiene del lugar	0	0,0	9	7,83	20	17,39	38	33,04	0	0	48	41,74	115
Horario	58	50,4	39	33,91	18	15,65	0	0,00	0	0	0	0,00	115
		100											

Fuente: Investigación de Campo.

Elaborado por: María Augusta Semanate H.

Gráfico No.13
ASPECTOS MÁS IMPORTANTES PARA ASISTIR A UN CENTRO
TERAPÉUTICO DE MEDICINA ALTERNATIVA Y SPA



Fuente: Investigación de Campo.
Elaborado por: María Augusta Semanate H.

Interpretación:

Esta pregunta nos permite conocer que factores son los más importantes para el usuario al momento de recibir un tratamiento, por lo tanto el aspecto más importante al acudir a un Centro Terapéutico de Medicina Alternativa y SPA según esta encuesta es la higiene del lugar, atención del personal e instalaciones y equipos. Por lo tanto uno de los objetivos principales de este estudio, es ofrecer un servicio con amplitud de espacio y variedad de equipamiento que facilite la prestación del servicio y sobretodo ofrecer un alto nivel de confort basado en calidad e higiene.

Pregunta No.10

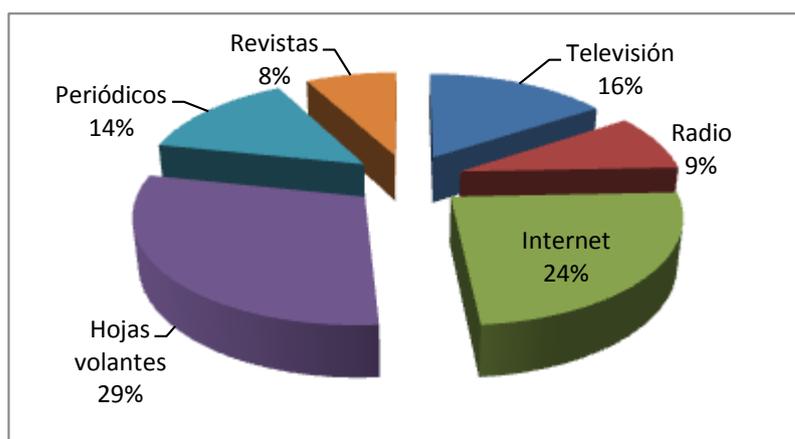
¿Qué medio de difusión es el preferido por usted?

Cuadro No.24
Medio de Difusión Preferido

Medio de Difusión	Nro. de personas	Porcentaje
Televisión	18	15,89
Radio	10	8,64
Internet	28	24,33
Hojas volantes	34	29,36
Periódicos	16	13,53
Revistas	9	8,25
TOTAL	115	100%

Fuente: Investigación de Campo.
Elaborado por: María Augusta Semanate H.

Gráfico No.14
MEDIO DE DIFUSIÓN PREFERIDO



Fuente: Investigación de Campo.

Elaborado por: María Augusta Semanate H.

Interpretación:

Los resultados de esta pregunta permiten establecer el medio de difusión de preferencia de los consumidores y por tanto posiblemente el medio de difusión en que se dará a conocer los servicios que brindará este centro y sobre todo a enfocarse en el desarrollo de un mensaje adecuado para satisfacer las necesidades del consumidor. Por lo tanto de las personas encuestadas el 29,36% contestó hojas volantes, el 24,33% internet, el 15,89% televisión, el 13,53% periódicos, el 8,64% radio y el 8,25% revistas.

2.5.2.3 ANÁLISIS GLOBAL

En cuanto a los resultados de la encuesta se encontró que gran parte de personas que residen en el sector Sur de Quito estarían dispuestos a asistir a un Centro Terapéutico de Medicina Alternativa y SPA entre hombres y mujeres, notando que aún existe una tendencia de mayor aceptación de estos centros por parte de elementos femeninos consecuentemente se pudo observar gran aceptación por parte del sector masculino esto se debe a que el nivel de consumo en cuanto al mercado del cuidado de la salud y apariencia física está tomando gran fuerza en ambos sexos, por lo tanto los tratamientos estarán orientados tanto a mujeres como a hombres.

Por otro lado, se pudo notar que personas con edades entre 18 y 35 años optarían por tratamientos enfocados a mejorar la apariencia física y personas de 35 años en adelante preferirían tratamientos enfocados a mejorar su salud con técnicas de relajación.”

También se pudo evidenciar que existe desconocimiento y carencia de estos centros en la zona Sur de Quito ya que hay un gran porcentaje de encuestados que respondieron que no han asistido a un Spa por diferentes razones pero a la vez les gustaría asistir a uno, teniendo en cuenta que los factores más importantes al recibir un servicio de este tipo son la higiene del lugar, instalaciones – equipos y precios.

Entre las personas que respondieron que han asistido a un SPA independientemente de su ubicación se pudo notar que existe un alto grado de insatisfacción ya que la mayor parte de respuestas están en normal. De esta manera el objetivo de este centro es buscar salud y relajación brindando un completo servicio con profesionales capacitados, con amplitud de espacio y variedad de equipamiento que facilite la prestación del servicio y sobretodo ofrecer un alto nivel de confort basado en calidad e higiene, sin olvidar el factor esencial “ agua ” ya que este es la base para la aplicación de tratamientos ya que no solo sirve para relajar sino que tiene gran cantidad de usos terapéuticos, teniendo en cuenta que cada dolencia tiene un tratamiento específico.

2.6 ANÁLISIS DE LA DEMANDA

“Demanda es la cantidad de bienes y servicios que el mercado requiere o solicita para buscar la satisfacción de una necesidad específica a un precio determinado¹⁶”.

Su propósito es determinar y medir cuáles son las necesidades que afectan a los requerimientos del mercado con respecto a un bien o servicio así como determinar la posibilidad de participación de la empresa en el mercado.

2.6.1 FACTORES QUE AFECTAN LA DEMANDA

2.6.1.1 TAMAÑO Y CRECIMIENTO DE LA POBLACIÓN

Este aspecto permite tener conocimiento de las características del mercado disponible objeto de estudio, para eso es necesario contar con información confiable, la misma que fue obtenida de entidades como: la Dirección Metropolitana de Planificación Territorial y de la Cámara de Comercio de Quito, donde se conoce que la ciudad de Quito ha presentado altas tasas de crecimiento de población sobre todo en el norte y sur. En la zona Sur 5 parroquias experimentaron un aumento en más de 20.000 habitantes, Quitumbe y Turubamba se cuadruplicaron con un aumento superior al 10% anual.

Consecuentemente, la zona Sur se encuentra conformada por más de 33 mil hectáreas aproximadamente, sobre las cuales se asientan 500 barrios con cerca de 685.886 habitantes de los cuales 8.000 frecuentan a diario el Centro Comercial El Recreo y el 87 % de la personas que visita este centro comercial van en vehículo propio, su nivel de ventas para el 2009 alcanzó los 300 millones de dólares¹⁷.

Se observado que la zona Sur ha tenido un importante crecimiento económico y como consecuencia de ello se ha debido mejorar su infraestructura con la construcción de Centros Comerciales como El Recreo, el nuevo Quicentro del Sur, el nuevo Terminal, proyectos inmobiliarios, entre otros lugares, esta tendencia llevará a

¹⁶ BACA, Gabriel. Óp. Cit.p.17.

¹⁷ Departamento Administrativo del Centro Comercial el Recreo.

mejorar la demografía del sector lo que generará posiblemente dos situaciones: la primera, mayores niveles consumo con mayor capacidad de compra y la segunda, generación de aglomeración y estrés.

2.6.1.2 HÁBITOS DE CONSUMO

En los últimos tiempos la importancia de cuidar la salud, y dedicar tiempo al cuidado corporal es un boom que viene creciendo de manera constante desde hace varios años, fundamentalmente por el modo de vida actual, donde es normal encontrar a personas que se encuentran agotadas y estresadas debido a las exigencias económicas, preocupaciones del hogar y el trabajo, las prisas entre otras. Por este motivo se han abierto algunos centros que presentan varias alternativas justamente para combatir estos problemas, los mismos que permiten a la persona conseguir relajación y aliviar dolencias a través de varios tratamientos alternativos.

2.6.1.3 GUSTOS Y PREFERENCIAS

Lo que más motiva a la gente para hacer uso de estos servicios es mejorar la salud y mejorar su apariencia personal. Teniendo en cuenta que la salud es la base de todo bienestar, conjuntamente hoy en día la imagen y la belleza se han convertido en un factor importante para los consumidores ya que la mayoría de ellos con el afán de mejorar su estilo de vida han debido optimizar su nivel de instrucción y emprender grandes trabajos, lo que les obliga a mantener una buena imagen a nivel personal y profesional.

2.6.1.4 NIVEL DE INGRESOS Y GASTOS

El crecimiento económico es un factor fundamental para toda la sociedad y su incremento se lo puede medir a través de los niveles de inversión, tasas de interés, niveles de consumo, entre otros. En nuestro país, a pesar de la dolarización y de varios cambios realizados por parte del gobierno en cuanto a producción y empleo se puede decir que no existe confianza de manera absoluta para la inversión, debido a varias causas políticas y económicas, lo cual crea inestabilidad repercutiendo en el nivel de ingreso.

Por otro lado, el sector de los servicios en el Ecuador formado por restaurantes, hoteles, centros recreativos, centros turísticos y otros han crecido considerablemente aportando al desarrollo de la actividad económica del país.

Por lo tanto esta empresa buscará estar siempre atenta a los nuevos cambios, aumentar la productividad y aumentar la competencia leal.

2.6.2 DETERMINACIÓN DE LA DEMANDA DEL MERCADO

"El análisis de la demanda por lo general está en función del carácter cronológico de la información que se analiza. De acuerdo a esto se definen tres etapas: un análisis histórico del mercado, un análisis de la situación vigente y un análisis de la situación proyectada¹⁸".

2.6.2.1 DEMANDA HISTÓRICA

El objetivo de analizar la demanda histórica es evaluar el resultado de algunas decisiones tomadas por otros agentes del mercado, para identificar efectos positivos o negativos que se lograron.

Debido a la inexistencia de datos históricos relacionados con este tipo de servicios, fue necesario acudir a la información obtenida por los resultados de las fuentes primarias, es decir que se medirá la tendencia de consumo a través de los resultados de la encuesta.

2.6.2.2 DEMANDA ACTUAL

El análisis de la demanda actual se refiere a la cantidad de personas que asisten actualmente a un Centro Terapéutico de Medicina Alternativa y Spa o a lugares que ofrecen servicios similares. De acuerdo con la información de diferentes fuentes como el Ministerio de Turismo, Ministerio de Salud, revistas y publicaciones, se puede observar que este tipo de centros han tenido gran acogida en los últimos años

¹⁸ SAPAG, Nassir. *Preparación y Evaluación de Proyectos*. 4ta Edición. Editorial Mc Graw Hill. México.1997.Pág. 59.

debido a que un mayor número de personas trata de combatir el ritmo acelerado de vida buscando centros de relajación donde puedan desfogar el estrés, ansiedad y frustraciones acumuladas.

De esta manera, la demanda del servicio se ha determinado mediante la recolección de información a través de las encuestas realizadas a los potenciales clientes, debido a que no existe un organismo de control que lleve una estadística adecuada que ofrezca información depurada. De esta manera se ha llegado a determinar que existe un gran nivel de aceptación por parte de los habitantes de este sector por lo que este centro tendrá gran acogida.

Para calcular la demanda actual que existe de Centros Terapéuticos de Medicina Alternativa y SPA se tomaron datos de la pregunta No.1:

¿Alguna vez ha asistido a un Centro Terapéutico de Medicina Alternativa y Salud por Agua (SPA) o algún lugar que ofrezca servicios similares?

**Cuadro No.25
DEMANDA ACTUAL**

Mercado Objetivo	322.188
Personas que asisten (42,75%)	137.735
Total Demanda Actual	137.735

Fuente: MARKOP, Índice Estadístico del Ecuador.

Elaborado por: María Augusta Semanate H.

2.6.2.3 DEMANDA PROYECTADA

La proyección se realizó tomando en consideración la información obtenida por la empresa MARKOP, donde se logró obtener información estimada de los índices de crecimiento de la población. A continuación el detalle:

**Cuadro No.26
ÍNDICES DE CRECIMIENTO ESTIMADO POR
QUINQUENIOS**

QUINQUENIOS	TASA DE CRECIMIENTO
2005 al 2010	1,54%
2010 al 2015	1,35%

Fuente: MARKOP, Índice Estadístico del Ecuador.

Elaborado por: María Augusta Semanate H.

Cuadro No.27
PROYECCIÓN DE LA DEMANDA DEL
MERCADO OBJETIVO

AÑOS	TASA	DEMANDA FUTURA
2010		137.735
Y (2011)	1,35%	139.594
Y (2012)	1,35%	141.479
Y (2013)	1,35%	143.389
Y (2014)	1,35%	145.325
Y (2015)	1,35%	147.287

Fuente: Investigación de Mercados, Encuesta.

Elaborado por: María Augusta Semanate H.

2.6.2.4 DETERMINACIÓN DE LA DEMANDA INSATISFECHA

Se define como "*Demanda Insatisfecha a la cantidad de bienes o servicios que es probable que el mercado consuma en los años futuros, sobre la cual se ha determinado que ningún productor actual podrá satisfacer si prevalecen las condiciones en las cuales se hizo el cálculo.*¹⁹".

Para la apreciación de la demanda insatisfecha se tomaron los datos obtenidos en la pregunta No.6 *¿Cómo califica al servicio que le ofrecieron en este centro?*, de esta manera de las 138 encuestas realizadas el 42,75% asiste a un Centro Terapéutico de Medicina Alternativa y Spa de los cuales el 57,63% califica al servicio como normal, regular y malo, resultados que se tomó para calcular la demanda insatisfecha.

Cuadro No.28
DEMANDA INSATISFECHA (2010)

TOTAL POBLACIÓN OBJETIVO	322.188
PERSONAS QUE ASISTEN A SPAS O A CENTROS SIMILARES (42,75%)	137.735
PERSONAS INSATISFECHAS (57,63%)	79.377
DEMANDA INSATISFECHA	79.377

Fuente: Investigación de Mercados, Encuesta.

Elaborado por: María Augusta Semanate H.

¹⁹ BACA. Gabriel. Op.Cit.p.51.

2.7 ANÁLISIS DE LA OFERTA

“Oferta es la cantidad de bienes o servicios que un cierto número de productores está dispuesto a poner a disposición del mercado a un precio determinado²⁰”.

2.7.1 FACTORES PARA ANALIZAR LA OFERTA

2.7.1.1 NÚMERO DE OFERENTES

En la ciudad de Quito existe diversidad de lugares que contribuyen al mejoramiento físico y psíquico del ser humano, denominados SPA, centros terapéuticos, centros holísticos, centros de fortalecimiento físico, fitnees – pilates etc., estos lugares ofrecen terapias de medicina alternativa pero la mayoría de ellos se enfocan solamente a dar prioridad a tratamientos de tipo estético con pequeñas excepciones.

Actualmente la Dirección de Salud Pública está realizando un levantamiento de información sobre estos lugares con el fin de calificarlos de acuerdo a los verdaderos servicios que ofrecen, debido a que hoy en día hay una cantidad considerable de centros que trabajan sin permiso, esto se debe a la falta de preocupación por parte de los organismos de control, evidenciando la existencia de empresarios corruptos que con el afán de hacer dinero inician este tipo de negocios de manera ilegal, utilizando productos en pésimas condiciones y contratando personal no calificado para ejercer causando de esta manera severos daños a la personas. Por lo tanto, dentro de la competencia indirecta se podrían considerar microempresarios, muchos de los cuales sin poseer ningún tipo de preparación técnica. Hasta el día de hoy solo 9 centros están calificados como SPA, los mismos que cuentan con el permiso de funcionamiento a través del proceso de vigilancia sanitaria²¹, los demás aunque se llaman SPA los han calificado como centros de cosmetología y estética, baños saunas - turcos. En Quito existen 163 Centros de Cosmetología - Estéticas y Spas y 165

²⁰ BACA, Gabriel. Op. Cit.p.48.

²¹ El artículo 44, Sección Cuarta de la Salud de la nueva Constitución, manifiesta que el Estado formulará la política nacional de salud, vigilará su aplicación, y controlará el funcionamiento de las entidades del sector de la medicina tradicional y alternativa, cuyo ejercicio será regulado por la ley. **Fuente:** Ministerio de Salud Pública.

Baños saunas- turcos-entre otros. De los cuales el 81% se encuentran ubicados en el norte y valles de Quito. (Ver Anexo No.2 y No.3).

Cuadro No.29
SPA REGISTRADOS EN LA CIUDAD DE QUITO

Razón Social	Dirección	Tipo	Categoría
Aqua Spa	Av. Naciones Unidas 3 Y Av. América	SPA	Primera
Cristian Estilos	San Rafael Geovanny Farina y 5ta.	SPA	Lujo
Hoggu	Geovanny Farina 361 Isla Española	SPA	Primera
Hydro Health	Urcuqui S7-75 y Bobonanza	SPA	Primera
Laser Spa	Av. 6 de Diciembre N31-50 y Alapallana	SPA	Lujo
Lessence Spa Cía. Ltda.	Humbolt N30-72 y Noboa Caamaño	SPA	Lujo
Massage Studio	De los Cholanes E13-159 y Cesar Terán López	SPA	Primera
Stampa Spa	San Juan de Dios S/N Novena Transversal (Playa Chiza)	SPA	Primera
Sheli Spa	Páez 967 y Cordero	SPA	Lujo

Fuente: Dirección Provincial de Salud Pública

Elaborado por: María Augusta Semanate H.

2.7.1.2 LOCALIZACIÓN

Se evidencia que existen algunos centros que ofrecen terapias de Medicina Alternativa en el Distrito Metropolitano de Quito, pero los mismos, se encuentran ubicados en zonas de mayor plusvalía como son el norte de Quito, los valles de Cumbayá y San Rafael, debido a que el nivel de vida en lo que concierne al estatus de un cierto grupo de personas que viven en estos lugares es muy alto, en el Sur de Quito se puede notar con facilidad la carencia de estos centros (Ver Anexo No.2), por esta razón se desea incursionar en otro sector que a pesar de no tener las mismas condiciones de vida está abierto a experimentar cambios. Además, este segmento es atractivo debido a que los consumos que realizan los habitantes de este sector lo realizan con dinero en efectivo a diferencia de otros sectores en donde se utiliza la tarjeta de crédito.

2.7.1.3 CAPACIDAD INSTALADA

De acuerdo al sondeo realizado (investigación de campo), se puede evidenciar que el 65% de estos centros no poseen instalaciones adecuadas ya que son edificios no especializados para las actividades que se desarrollan en su interior, debido a que han

sido adecuados en viviendas con áreas estrechas y no brindan comodidad a los usuarios.

2.7.1.4 CALIDAD Y PRECIO DE LOS PRODUCTORES

Según el Ministerio de Salud Pública, hasta la fecha no existe un levantamiento de información veraz acerca de la especialización académica del personal que realiza los diferentes tratamientos, ya que el campo de la Medicina Alternativa es muy amplio y delicado y en el Ecuador existen pocos profesionales en este campo. Por otro lado, los precios de los tratamientos que ofrecen la mayoría de estos centros son excesivamente elevados, fuera del alcance de muchas personas. Se debe considerar que las tarifas varían según el tratamiento. A continuación se detalla una lista de precios de un centro de la competencia:

Cuadro. No.30
LISTA DE PRECIOS SERENIDAD SPA (SECTOR NORTE)

<u>SERVICIO</u>	<u>CANTIDAD</u>	<u>DURACIÓN</u>	<u>PVP</u>	<u>IVA</u>	<u>TOTAL</u>
Acupuntura	1 sesión	0h30	26,79	3,21	30,00
Chakras	1 sesión	1h	31,25	3,75	35,00
Fangoterapia	1 sesión	1h45	71,43	8,57	80,00
Hidroterapia	1 sesión	1h15	8,93	1,07	10,00
Masaje Terapéutico	1 sesión	1h	31,25	3,75	35,00
Masaje Focalizado	1 sesión	0h45	25,00	3,00	28,00
Masaje Full Body	1 sesión	1h45	40,18	4,82	45,00
Piedras Calientes	1 sesión	1h	33,93	4,07	38,00
Magnoterapia	1 sesión	0h40	15,00	1,8	16,8
Taichí Personal	1 sesión	1h	8,93	1,07	10,00
Fitness	1 sesión	1 mes	-	-	55,36

Fuente: Investigación de Campo.

Elaborado por: María Augusta Semanate H.

Cuadro No.31
LISTA DE PRECIOS ES PA' MIMARTE (SECTOR SUR)

<u>SERVICIO</u>	<u>CANTIDAD</u>	<u>DURACIÓN</u>	<u>PVP</u> <u>INCLUYE IVA</u>
Masaje con Aromaterapia	1 sesión	45 min	19,50
Masaje Relajante	1 sesión	40 min	16,50
Masaje con Acupuntura	1 sesión	45 min	9,50
Limpieza Facial Profunda	1 sesión	-	18,50
Limpieza Facial Básica	1 sesión	-	16,50
Choco Exfoliación Sencilla	1 sesión	-	5,00
Choco Exfoliación Corporal	1 sesión	-	29,50
Depilación Facial	1 sesión	-	9,50
Depilación Corporal Parcial	1 sesión	-	6,50
Depilación Corporal Total	1 sesión	-	20,00

Fuente: Investigación de Campo.

Elaborado por: María Augusta Semanate H.

Cuadro. No.32
LISTA DE PRECIOS SHAMBALA SPA (SECTOR NORTE)

<u>SERVICIO</u>	<u>CANT.</u>	<u>DURACIÓ</u> <u>N</u>	<u>PVP</u> <u>INCLUYE IVA</u>
Masaje + aromaterapia	1 sesión	0h30	16,50
Masaje + aromaterapia	1 sesión	60 min	33,00
Masaje + jacuzzi	1 sesión	60 min	33,60
Masaje con piedras	1 sesión	60 min	44,00
Masaje Hawaiano	1 sesión	60 min	49,50
Reflexología	1 sesión	60 min	50,00
Gemoterapia	1 sesión	0h45	33,00
Limpieza facial + aromaterapia	1 sesión	1h15	36,00
Limpieza facial + aromaterapia +masaje integral	1 sesión	2h15	62,00
Tratamiento Facial Anti manchas	1 sesión	1h	78,50
Baño Egipcio (Jacuzzi +facial +masaje)	1 sesión	2h30	66,00
Baño Romano para hombres (Jacuzzi +turco +ducha suiza +masaje)	1 sesión	90 min	60,50
Samadhi hidroterapia (jacuzzi ó turco)+ masaje relajante con aromaterapia+ facial relajante (limpieza facial, exfoliación, hidratación y mascarilla nutritiva).	1 sesión	2h30	80,00
Ritual Real masaje en el cuero cabelludo + ducha escocesa + un masaje relajante con piedras calientes + facial oriental.	1 sesión	3h45	121,00
Kadual exfoliación corporal+ envoltura corporal de chocolate + ducha escocesa+ masajes relajante + reflexología + facial flor del desierto (limpieza, exfoliación, masaje de cara y cuello, mascarilla nutritiva, compresas hidratante).	1 sesión	6h	220,00

Fuente: Investigación de Campo.

Elaborado por: María Augusta Semanate H.

Cuadro No.33
LISTA DE PRECIOS SENTIDO2 (SECTOR SUR)

<u>SERVICIO</u>	<u>CANTIDAD</u>	<u>DURACIÓN</u>	<u>PVP INCLUYE</u> <u>IVA</u>
Hidroterapia + Masaje Relajante	1 sesión	1h	12,00
Fangoterapia	1 sesión	45 min	25,00
Masaje Terapéutico	1 sesión	1h	16,00
Masaje Focalizado	1 sesión	0h45	20,00
Masaje Reductor	1 sesión	0h45	25,00
Reflexología	1 sesión	25 min	8,00
Baños de Cajón	1 sesión	40 min	5,00
Tratamiento Facial	1 sesión	40 min	15,00
Envolturas	1 sesión	45 min	22,00
Manicure	1 sesión	30 min	4,00
Pedicure	1 sesión	40 min	8,00
Uso Diario de Piscina	1 sesión	-	6,00
Servicio de Peluquería	1 sesión	-	6,00

Fuente: Investigación de Campo.

Elaborado por: María Augusta Semanate H.

2.8 OFERTA DEL SERVICIO

Los siguientes establecimientos son los que representan la idea de negocio que se quiere llevar a cabo, aquellas que combinan el cuidado más saludable del cuerpo y la mente mediante las últimas tendencias terapéuticas.

Cuadro No.34
CENTROS QUE OFRECEN TERAPIAS DE MEDICINA ALTERNATIVA

EMPRESA	DIRECCIÓN	SERVICIOS	SECTOR
<i>SERENIDAD SPA TERAPÉUTICO</i>	Carlos Montufar 272 y El Monitor	Acupuntura, hidroterapia, descongestión nasal, Tai chi, fangoterapia , masaje reflexológico, tarot, talleres, piedras calientes ,gimnasia acuática, sauna, turco, hidromasaje.	NORTE
<i>VENTURA FITNESS CLUB</i>	KM 14.5 Vía Interoceánica CC Vía Ventura 3er piso.	Aromaterapia, masajes, zona de pesas, zona cardiovascular, sala de cycling, sala múltiple de aeróbicos, sala de gimnasia pasiva, canchas de squash, zonas húmedas, cámaras bronceadoras, sala de relax, peluquería, guardería.	VALLES
<i>SHAMBHALA SPA&FITNESS</i>	Ruiz de Castilla 763 y Andagoya Edificio Expo color, 2do. Piso.	Tratamientos faciales y corporales, hidroterapia, antioxidante, vinoterapia, baño desintoxicante, baño japonés de bambú, baño armonizante, reducticos, aromaterapia.	NORTE
<i>ES PA' MIMARTE</i>	Centro Comercial El Quicentro.	Masajes terapéuticos, reiki, acupuntura, reflexología, aromaterapia, terapia física, rehabilitación física, capacitación (cursos).	NORTE Y SUR
<i>AMAT SPA</i>	La Colina N26-159 entre San Ignacio y Av. Orellana Edif. Aristi.	Aromaterapia, tratamientos corporales y faciales, masaje relajante, digitopuntura, cromoterapia, piedras calientes, gemoterapia, hidratación, reflexología.	NORTE
<i>SENTI2</i>	Rodrigo de Chávez y Av. Mariscal Sucre.	Hidroterapia, masajes terapéuticos y reductores, tratamientos faciales, tratamientos corporales, fangoterapia, envolturas, quiropraxia, baños de vapor, baños de cajón, sauna, peluquería, bar.	SUR
<i>SPA REFUGIO DE VIDA</i>	Sector La Magdalena entre Quitus y Condorazo.	Tratamientos faciales, corporales, hidroterapia, terapias combinadas, masajes terapéuticos y reductores, gimnasio, vivero.	SUR
<i>ÁREA DE SALUD NRO.19²²</i>	Guamaní.	Acupuntura, almagra, bioenergética, biomagnetismo medicinal, homeopatía.	SUR

Fuente: Dirección Provincial de Salud Pública.

Elaborado por: María Augusta Semanate H.

²² El área de salud No.19 se ha constituido en un área de observación por instituciones nacionales e internacionales, se caracteriza por interactuar y complementar las medicinas convencional, alternativa y ancestral, aunque no se considera parte de la competencia por ser una institución pública, se considera un referente muy importante para este estudio ya que es un establecimiento que ofrece varias terapias de medicina alternativa y se ha convertido en un área de investigación y de formación para universidades como la Universidad San Francisco de Quito, Universidad Católica, e Instituto Superior Esculapio. **Fuente:** Ministerio de Salud Pública.

A continuación se presenta un breve análisis de estos lugares:

- ✓ Podemos observar que los servicios más ofertados por la posible competencia son la aromaterapia, masajes terapéuticos, tratamientos faciales y corporales, hidroterapia, reflexología y gimnasia, todos estos centros tienen diferentes orientaciones, pero ofrecen la conjunción entre dos conceptos: el mantenimiento de salud y el cuidado de la mente debido a la gran acogida que tienen las terapias alternativas.
- ✓ Por otro lado se puede notar que centros como Ventura Fitnees Club, Shambhala y Vital SPA tienen un mayor posicionamiento en el mercado a pesar de que sus costos son elevados, esto se debe a los servicios diferenciadores y personalizados que se reciben en estos lugares, por ejemplo: su arquitectura, equipos y tecnología moderna, personal especializado, comodidad, entre otros.
- ✓ Estos lugares disponen de salas de: masajes relajantes, sala para foot-spa, tratamientos y tonificación corporal, baños de vapor, jacuzzis, áreas de descanso. Adicionalmente todas, sus cabinas están equipadas con terapias de medicina alternativa como son la cromoterapia, musicoterapia y aromaterapia.
- ✓ La mayoría de los establecimientos cuentan con una o dos cabinas para la realización de masajes, por lo tanto atienden previa cita.
- ✓ Algunos de estos lugares no cuentan con terapeutas de planta, por lo que la mayoría de masajistas son contratadas de acuerdo al número de citas.
- ✓ Se puede evidenciar que en el Sur de Quito existen sitios denominados Spa que brindan terapias alternativas pero son muy pocos en relación a los existentes en el norte y los valles de Quito. Actualmente, ingresó al mercado un centro llamado Senti2 el cual en base a sus diversos tratamientos e infraestructura está tratando de acercarse a los centros de mayor

posicionamiento en el mercado, convirtiéndose este lugar como el principal competidor.

- ✓ Además se observa que en la zona Sur se manejan mediante precios individuales por tratamiento, a diferencia de la zona Norte en donde se manejan por medio de paquetes y con previa cita.
- ✓ Se puede observar que en la zona Sur se ofrecen precios mucho más accesibles que en la zona Norte, esto se podría deber a que los centros que se encuentran en la zona Norte son mucho más organizados en cuestión de citas, además los servicios son mucho más personalizados.

Entonces los Principales Competidores son:

SENTI2: Dirección Rodrigo de Chávez y Av. Mariscal Sucre.

SPA REFUGIO DE VIDA: Sector La Magdalena entre Quitus y Condorazo.

ES PA' MIMARTE: Centro Comercial Quicentro.

2.9 PLAN DE MARKETING

"El plan de marketing proporciona una visión clara del objetivo final y de lo que se quiere conseguir en el camino hacia la meta, a la vez informa con detalle de la situación y posicionamiento en los que nos encontramos, marcándonos las etapas que se han de cubrir para su consecución"²³.

2.9.1 OBJETIVO

Establecer la estrategia de mercadotecnia para el servicio que brindará el Centro Terapéutico de Medicina Alternativa y SPA.

2.9.2 PLANIFICACIÓN DEL SERVICIO

2.9.2.1 IDENTIFICACIÓN DEL SERVICIO

Se define como servicio a "todas aquellas actividades identificables, intangibles (es decir cuando no es posible gustar, sentir, ver, oír u oler antes de comprarlos), que son el objeto principal de una operación que se concibe para proporcionar la satisfacción de necesidades de los consumidores."²⁴

El objetivo del Centro Terapéutico de Medicina Alternativa y SPA es ofrecer un servicio enfocado directamente a la salud y cuidado corporal con técnicas de relajación y terapias alternativas que permitan al ser humano sentirse en paz tanto física y emocional con el ambiente que lo rodea.

Por otra parte, aunque no sea el objetivo principal de este proyecto la estética debido, a su gran demanda durante la Investigación de Mercados se ofrecerán también ciertos tratamientos estéticos y ejercicio físico, los mismos que mejoran la apariencia corporal.

²³MUÑIZ, Rafael. *Marketing en siglo XXI*. 2da. [Edición. www.marketing-xxi.com/el-plan-de-marketing-en-la-empresa-132.htm].

²⁴W.J., Stanton. *Fundamentos de Marketing*. 9na Edición .Ediciones McGraw Hill.p. 533.

Los servicios que se pretende ofrecer serán de calidad, los mismos que brindarán soluciones adecuadas a las necesidades de los clientes, con profesionales capacitados. Su factor diferencial será basarse en tres procesos: diagnóstico, plan de trabajo y aplicación; es decir se contará con un especialista responsable de diagnosticar cuál es el problema o necesidad del cliente y cómo tratarlo, a la vez decidirá el plan de trabajo que se ejecutará, esto con la finalidad de cubrir las necesidades de forma responsable y con garantía, con el fin que el cliente se sienta seguro y tranquilo. Los principales servicios que ofrecerá la empresa son los siguientes:

**Cuadro No.35
SERVICIOS A OFRECER**

<u>SERVICIO PRINCIPAL</u>		<u>SERVICIO SECUNDARIO</u>
<u>MEDICINA ALTERNATIVA</u>	<u>TERAPIAS MÉDICAS ALTERNATIVAS</u>	<u>ESTETICA Y BELLEZA</u>
Acupuntura	Hidroterapia	Tratamientos Faciales
	Aromaterapia	Tratamientos Corporales
	Cromoterapia	Depilación
	Musicoterapia	Manicure
	Masajes	Pedicure
	Reflexología	
	Pilates y Power Latino	

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: María Augusta Semanate H.

2.9.2.2 NATURALEZA DEL SERVICIO

La naturaleza de esta empresa nace de la necesidad que tiene el mercado de un lugar que contribuya al mejoramiento de las múltiples tensiones que el ritmo de vida actual nos impone, mediante la aplicación de terapias médicas alternativas. El objetivo principal es mejorar el estilo de vida de la población, haciendo de esta manera que el ser humano aprenda a vivir en una forma sana y productiva.

Todas las enfermedades tienen su origen en una forma de vida equivocada alejada de la sencillez y de los buenos hábitos," la ley de la salud no defiende la ociosidad, pero tampoco está de acuerdo con el exceso de trabajo, porque estos dos afectan a la salud física y emocional"²⁵.

²⁵ RATEY, John J. *El Cerebro*. Ediciones Random House Mondadori. Madrid. 2003. p.311.

Es por esta razón que hoy en día se han abierto establecimientos de ocio y salud llamados Spa, donde utilizan terapias de agua en modalidades de piscinas, chorros, sauna, baño turco, entre otros, complementados con terapias alternativas como son la aromaterapia, musicoterapia, reflexología, entre otros.

Según especialistas el agua no solamente sirve para relajar sino que tiene muchos usos terapéuticos, estos se basan en una determinada presión y temperatura de agua. Se ha comprobado que la mayoría de lesiones musculares se pueden aliviar y evitar mediante la aplicación de terapias con el agua las mismas que fortalecen los músculos, corrigen la postura y reducen el estrés.

2.9.2.3 USOS, BENEFICIOS Y CARACTERÍSTICAS DEL SERVICIO

ACUPUNTURA



➤ Usos

"La acupuntura (del lat. Acus, aguja (sustantivo), y pungere, punción (verbo))"²⁶, es una técnica curativa usada en la medicina china tradicional que trata de la inserción de agujas delgadas en el cuerpo con el objetivo de restaurar la salud de la persona.

El diagnóstico se lo realiza con información de los trastornos físicos, emocionales, alimentación, y costumbres; así como de un examen físico, a través del pulso y la lengua.

Los puntos que se estimulan están distribuidos a lo largo de toda la piel, y se hallan unidos entre sí mediante líneas que se llaman Meridianos que son vasos conductores de energía. Existen 12 meridianos simétricos (6 Yang y 6 Yin) por donde circula la

²⁶ NCAM. Acupuncture. Octubre 2009.<http://nccam.nih.gov/health/acupuncture/introduction.htm>.

energía, elaborada por: 6 órganos Yin (corazón, bazo, pulmón, riñón, hígado, maestro de corazón) y 6 vísceras Yang (estómago, intestino delgado, intestino grueso, vesícula biliar, vejiga, triple calentador)²⁷.

Según esta técnica existen dos causas de enfermedad, la primera causa es interna debido al factor antipatógeno (Zhengqi) esto se refiere a la capacidad que tiene el organismo para resistir a la acción de agentes patógenos de diversa índole, y una causa secundaria externa al organismo, debida a factores patógenos (Xieqi), los cuales tienden a romper cualquiera de los equilibrios internos del cuerpo, estos se clasifican de la siguiente manera: factores exógenos: viento, frío, calor de verano, humedad, sequedad y calor moderado; y factores emocionales: alegría, ira, ansiedad, meditación, tristeza, miedo y terror; factores coadyuvantes: alimentación inapropiada, trabajo o descanso excesivo, traumatismos, humor.

Por otro lado, “Una de las subterapias de la acupuntura es la auriculoterapia, según la Medicina Alternativa o China, la oreja es como un feto invertido”²⁸ por lo que el lóbulo de la misma representa la cabeza del individuo, la parte interior de la oreja representa sus órganos, y la parte exterior representa la columna vertebral.

➤ **Beneficios**

- a) Es de gran ayuda para aliviar dolencias de cuello (tortícolis), hombro, espalda, rodillas y migraña.
- b) Es útil en el tratamiento del, asma, bronquitis, alergias nasales y desordenes en la menstruación.

²⁷ El Triple calentador es la totalidad del cuerpo, hay tres partes: el triple calentador bajo: representa la primera parte del ombligo hasta los pies, incluye riñón, vejiga y órganos sexuales, intestino grueso; triple calentador medio: representa la cavidad media del cuerpo, se sitúa del diafragma hasta el ombligo, encontramos: estómago, bazo, páncreas, hígado. Y asociado está el intestino delgado. Toda la digestión triple calentador alto: representa la cavidad alta del cuerpo, se sitúa del diafragma hasta la cabeza, encontramos, pulmón, corazón. **Fuente:** MADVERAS, 2009 [<http://www.madveras.com/personal/post.php/3-ELEMENTO-FUEGO/>].

²⁸ Enciclopedia de las Medicinas Alternativas, Océano, 2004, p.193.

- c) Es de gran ayuda en cuanto a problemas psicológicos como depresiones nerviosas, insomnio, tensión, estrés y control del peso corporal.
- d) Estudios han demostrado la eficacia de la acupuntura en ciertos casos de la pérdida de la audición, enfermedades dermatológicas y problemas gastrointestinales.
- e) Es empleado como analgésico para reducir dolencias cuando se ha intervenido quirúrgicamente.

➤ **Características**

La acupuntura se originó en China hace más de 2500 años, se caracteriza por ser un procedimiento simple y seguro, ya que se trata de la inserción de agujas en diferentes puntos del cuerpo, su objetivo es aliviar el dolor, es una técnica que presenta pocos riesgos en su aplicación, los cuales pueden ser prevenidos mediante un mantenimiento riguroso de limpieza y esterilización, caso contrario se podría transmitir infecciones de un paciente a otro, por lo que requiere de una vigilancia constante.

El Centro Terapéutico de Medicina Alternativa y SPA trabajará con la ayuda de un médico especializado en acupuntura y otras técnicas de medicina natural con el fin de aliviar ciertas dolencias agudas o crónicas de acuerdo a los síntomas que presente el paciente, su duración dependerá del grado de enfermedad y tratamiento.

AROMATERAPIA



➤ Usos

La aromaterapia es el uso de aceites esenciales que se encuentran en las glándulas de las plantas, en raíces, hojas, frutos de madera, flores, semillas o corteza. Es un proceso utilizado para buscar bienestar en el organismo, el cual es realizado mediante aromas con fines terapéuticos, se aplica mediante masajes, inhalaciones, baños y compresas.

El ser humano es capaz de distinguir más de 3000 aromas mediante el olfato y almacenarlo en su memoria, se ha comprobado que el bienestar general del ser humano depende de su capacidad olfativa, por lo tanto cuando las moléculas aromáticas penetran la cavidad nasal estimulan los terminales nerviosos y estos terminales se convierten en impulsos nerviosos en donde de acuerdo al tipo de aroma provocan diversas reacciones emotivas y estimulan recuerdos.

➤ Beneficios

- a) Los distintos aceites y esencias tienen propiedades estimulantes hacia el ser humano, el olfato es el principal sentido del organismo por el cual los distintos aceites o esencias tienen un efecto armonizador sobre el sistema nervioso provocando de esta manera sensaciones de bienestar y tranquilidad.
- b) La memoria asocia ciertos aromas de tal manera que producen un efecto terapéutico sobre el organismo debido a que la conciencia registra el aroma con la ambientación.
- c) Las esencias aromáticas que se encuentran en las glándulas de las plantas y demás contienen sustancias con propiedades útiles para combatir bacterias, virus y hongos.
- d) Pueden llegar a modificar sentimientos y nuestra vida afectiva.
- e) Algunos aromas pueden calmar la sensación de claustrofobia y pueden mejorar la productividad en el trabajo.

➤ Características

La aromaterapia es una terapia de la medicina alternativa que se caracteriza por utilizar aceites esenciales de ciertas plantas que se extraen por medio de la destilación al vapor, esto consiste en pasar un vapor a través de la planta, al pasar este vapor recoge diversos componentes de la planta, luego es recolectado y mezclado con alcohol, aceite de soya u otros. Cada aceite tiene propiedades terapéuticas únicas, se presentan en frascos de vidrios negros para protegerlos de la luz.

Tabla No.8
PROPIEDADES DE LOS ACEITES

Albahaca	Actúa a nivel emocional como estimulante del estado de ánimo, estimulante del patito.	Limón	Ayuda a vigorizar el corazón y los nervios, actúa como estimulante, proporciona energía al cuerpo.
Canela	Ansiedad, depresión, agotamiento nervioso, resfriados, gripe.	Mandarina	Procede como sedante y calmante.
Clavo de olor	Estimula la digestión, es una especie para tratar mareos, antiinflamatorio, se utiliza para ayudar a abandonar el hábito de fumar.	Naranja	Actúa como cicatrizante y antidepresivo.
Eucalipto	Es un descongestivo en el aparato respiratorio.	Menta	Estimulante cerebral ayuda a controlar las dolencias que se producen por la excesiva acidez estomacal.
Germen de Trigo	Se caracteriza por tener un alto contenido de vitamina E.	Romero	Ayuda en problemas como la memoria, migraña y mareos.
Lavanda	El aceite de lavanda tiene un efecto antiespasmódico en las vías respiratorias y genera una mayor eliminación de agua de los riñones.	Sándalo	Actúa en el nivel espiritual como clarificante y armonizante

Fuente: Folleto Terapias con Color de la Escuela de Enseñanza de Medicina Natural Esculapio.

Elaborado por: María Augusta Semanate H.

CROMOTERAPIA



➤ Usos

Hoy en día estamos inundados de color desde el momento en que nacemos, los colores se pueden utilizar para describir la salud, las actitudes y las emociones; así el

color afecta a entornos como: al hogar y al lugar de trabajo. Los colores de la ropa influyen en el estado de ánimo de una persona incluso reflejan su personalidad. El color ayuda a determinar cuándo una fruta está madura, cuando la piel cambia de color a causa de la timidez u otra impresión. Sin luz no hay vida, es por esta razón que muchas necesidades curativas pueden cubrirse utilizando el color para conseguir armonía.

La cromoterapia funciona mediante la utilización de geles de distintos colores colocados delante de lámparas de gran potencia para bañar todo el cuerpo. La aplicación de luces de diferentes colores proporciona alivio al cuerpo y espíritu.

➤ **Beneficios**

El empleo adecuado del color hoy en día está tomando mucha fuerza como elemento curativo, antidepresivo y estimulante, por ejemplo la mayoría de personas experimentan una mejoría en su estado de ánimo cuando pasean por un bosque el verdor de la naturaleza inunda la visión, los colores azules del mar y del cielo generan una sensación de paz, el turquesa aporta una sensación de serenidad y el amarillo de la luz solar reducen los niveles de estrés.

Amarillo. Es útil en casos de depresión ya que su tono alegre proporciona claridad de pensamiento, calidez y vitalidad. El amarillo puede ayudar a mejorar el amor propio y a disminuir la negatividad y la ansiedad, en cuanto al cuerpo este color ayuda a eliminar toxinas, estimular el flujo de jugos gástricos entre otros.

Azul. Es el color de la contemplación, produce relajación y una sensación de descanso. Es antiséptico, refrescante y relajante beneficia al sistema respiratorio.

Blanco. El blanco propaga todos los colores por lo que permite el desarrollo en cualquier dirección, representa pureza, es buena opción cuando se necesita de algún tipo de incentivo o impulso, en cuanto al cuerpo el glóbulo ocular está vinculado a este color, sus distintos grados de blancura se utilizan para diagnosticar enfermedades.

Gris. Es un color neutro entre el blanco y el negro donde se reúnen la inocencia y la ignorancia, este color no se utiliza en la sanación, pero la luz gris resulta sumamente relajante.

Morado. Infunde divinidad (Dios), incrementa la autovaloración, el morado está asociado con la imaginación y la inspiración, calma los estados de hiperactividad. En cuanto al cuerpo se utiliza en inflamaciones, dolores de cabeza.

Naranja. Ayuda a superar el miedo, rejuvenece y vitaliza.

Negro. El negro está conectado con el misterio de la oscuridad, contiene todos los colores en sí mismo, absorbe toda la luz que llega hasta él, atrae vibraciones y sensaciones, es el color de la persona que mantiene el control sin dar información a los demás, es un color de protección.

Rojo. En algunas tradiciones el rojo es el color del sol femenino y el blanco el de la luna masculina, los dos simbolizan el poder de la creación. Este color es vitalizante, estimulante, afrodisíaco, en exceso altera los sentimientos de odio y de venganza.

Rosa y Turquesa. El turquesa es un color que combina las cualidades tranquilizadoras del verde y azul y la calidez del amarillo. El rosa es el resultado de una mezcla de colores, ya que combina el rojo y el blanco, esta combinación impulsa y favorece la consistencia del afecto. El turquesa ayuda cuando el pecho necesita un sedante y el rosa calma emociones violentas.

Verde. Está asociado con la naturaleza, representa la vida, el agua, y la protección, este color relaja, calma los nervios, es utilizado como sedante, como antiséptico y estimula la esperanza. Ayuda en cuanto a sentimientos de claustrofobia o por el hecho de no poder salir de algún lugar²⁹.

²⁹ VEJAR, Ricardo. *Terapias con Color*. Escuela de Enseñanza de Medicina Natural Esculapio. 2008. p.3.

➤ **Características**

Es una terapia de la medicina alternativa que tiene como objetivo utilizar el color para conseguir armonía. Es fácil de aplicarla se puede realizar mediante geles y velas de colores o simplemente el hecho de colorear las paredes y cambiar el color de los techos y paredes.

MUSICOTERAPIA



➤ **Usos**

La terapia musical como su nombre lo indica es el uso de música , sonidos, ruidos, silencios, gestos o movimientos , que tiene como objetivo mejorar la concentración, estimular la memoria, estimular la imaginación, estimular la confianza en sí mismo entre otros.

➤ **Beneficios**

Esta terapia tiene mucha influencia sobre las emociones, tiene efectos sobre nuestro estado de ánimo, esta nos ayuda a relajarnos produciendo bienestar en nuestra salud, este es un método atenuante en contra del insomnio, depresión, y la ansiedad. Es necesario conocer que no toda la música nos proporciona bienestar y salud, pues, si acostumbramos escuchar una música que tienda al caos tendremos tendencias a ese caos.

Por medio de la música se crea un nexo de comunicación entre médico y paciente, lo que permite lograr mejorías en los distintos trastornos. En este proceso se recurre a

distintas técnicas, según cada persona y su tipo de problema. Hoy en día esta técnica es muy utilizada sobre todo en mujeres embarazadas y niños.

Acción que ejerce la música

- Ritmo Cardíaco
- Acelera la respiración o disminuye su frecuencia
- Reduce la normal de la sugestionabilidad

➤ **Características**

Es una terapia que ha sido utilizada desde hace muchos atrás," los griegos empleaban la música de forma lógica para prevenir y curar las enfermedades físicas y mentales, además jugaba un papel importante en el teatro"³⁰. Tiene efecto triple: calmante, incitante y armonizante. Es de fácil uso y sus beneficios son maravillosos.

HIDROTERAPIA



➤ **Usos**

“La hidroterapia tiene su origen etimológico del griego Hydro [G], cuyo significado es agua, y del término Therapeia [G], cuyo significado es terapia³¹.”

³⁰ ÁVILA, Pedro. *Terapias Antiguas del futuro*, salud, vida, belleza, por el naturismo. Ecoe Ediciones. 1ra Edición. Colombia. 1999 .p.103.

³¹ VIÑAS, F. *Hidroterapia, la curación por el agua*. 4ta. Edición .Ediciones Integral. Barcelona. 1994.

La hidroterapia tiene como objetivo mejorar el estado físico y a su vez mental de las personas usando como elemento principal el agua, elemento que a su vez sirve como herramienta terapéutica, al momento que su temperatura y presión son manipuladas sobre el cuerpo humano; en la hidroterapia se usa el agua en estado frío, caliente, tibio, alternando según su fin.

➤ **Beneficios**

- a) Elimina las sustancias tóxicas de la sangre a través de los poros.
- b) Elimina el calor excesivo desde el interior del organismo.
- c) Mejoran la regeneración de la piel y liberan las vías respiratorias.
- d) Contribuye a la recuperación de fracturas y contusiones además que alivia el dolor o rigidez de las articulaciones provocadas por la artrosis. Es recomendable masajes con agua a 37/38°C y sesiones de 2 a 4 veces por semana.
- e) Se puede tratar problemas de celulitis a una temperatura de 36 a 38° C. Se recomienda 2 o 3 veces por semana.
- f) Mejora el estado de ansiedad y el estrés se reduce con la acción relajante de un baño de hidromasaje a presión mínima y a 36 o 38° C.

Tipos de Hidroterapia

Baño Simple



Los Baños Simples tienen como factor principal eliminar los niveles de estrés y lograr relajación en el paciente. Se los realiza en una tina, una bañera, hidromasaje o piscina, con el agua a una temperatura caliente y con una duración aproximada de 20 a 40 minutos, en ayunas o una hora antes de la comida, se los puede combinar con baños fríos para estimular el sistema nervioso y circulatorio. El beneficio de este baño es que el sistema nervioso es estimulado y vitalizado, además que es un buen desinflamante interno y normaliza los desarreglos digestivos.

Baño de Vapor



Los baños de vapor son realizados con temperaturas muy elevadas de agua, siendo el vapor el elemento a utilizar, se los puede realizar de una manera total o parcial. Tienen una duración aproximada de 40 minutos bajo una temperatura que oscila entre 40 a 60 grados centígrados, este baño puede ser complementado con plantas medicinales, las cuáles al tener contacto con el vapor de agua, eliminará sustancias tóxicas del organismo. Para realizar estos baños se utilizan cámaras de vapor turco o baños de cajón.



En los baños de cajón el paciente deberá mantenerse sentado en un banquito (excepto la cabeza) dentro del cajón, este cajón deberá tener las suficientes aberturas para que el vapor ascienda libremente. Luego deberá someterse a un chorro de agua fría para volver a su temperatura normal. En condiciones normales se deberá regresar al cajón por 3 veces. Uno de sus beneficios es la eliminación de toxinas por medio del sudor en contraste del agua fría favorece el sistema nervioso, ayuda a la digestión, relaja los músculos, la respiración, es decir produce bienestar a todo el organismo.

Baño Restaurador



El baño restaurador se lo realiza mediante un intercalamiento de aplicación entre agua caliente y fría en varias oscilaciones, en donde se debe sumergir el área afectada (estomago, vías urinarias) o cuerpo completo en agua caliente aproximadamente por 5 minutos, e intercalarla con baños de agua fría por 1 o 2 minutos.

Baños con Duchas



Esta técnica trata de la aplicación de agua sobre el cuerpo a distintos niveles de presión de una manera fragmentada, es decir, que el agua sale por varios orificios causando una sensación diferente en el organismo. Las duchas de lluvia son muy

utilizadas para esta técnica, aquí el agua sale por orificios que no superan 1mm de diámetro, este tratamiento se lo realiza con agua caliente empezando con un baño desde los pies a la cabeza en forma de masaje con el fin de relajación.

Baños con chorros



Los baños con chorros son otro método de aplicación en este caso el agua sale por un solo orificio y los métodos que se pueden aplicar aquí son los chorros a presión y los subacuáticos, los chorros a presión se aplican a 15 cm de distancia del paciente y un ángulo de 45°, debiéndose encontrarse de espaldas con relación a la salida del agua, se lo realiza mediante masajes circulares o de manera recta sobre el cuerpo ; los chorros subacuáticos son realizados en hidromasajes, la temperatura del agua en este caso debe ser elevada y el chorro deberá ir dirigido a las áreas en tratamiento, causando efectos analgésicos y relajantes.

Compresas



El calor y el agua son los remedios caseros más antiguos que existen. El calor se ha usado desde épocas antiguas hasta nuestros días a través de compresas y envolturas. Las compresas se colocan a nivel abdominal o pulmonar con un paño de hilo o

algodón doblado en 4 pliegues, húmedo y caliente, se renuevan cada vez que se enfrían por 5 veces seguidas, este procedimiento se emplea para aliviar la inflamación, fiebre y descongestionar las vías respiratorias. Las compresas pueden durar en su proceso de 20 a 40 minutos.

Por tanto, este servicio en el Centro Terapéutico de Medicina Alternativa y Spa consistirá en disfrutar de un circuito termal aproximadamente durante 1 hora y 15 minutos aconsejada por un especialista, comienza con la utilización de una piscina con chorros individual para cervical, espalda, piernas y pies esto tendrá una duración de 20 minutos, se complementa con una sesión de baño turco el mismo que es útil para limpiar el organismo de toxinas limpiando la piel, posteriormente se procederá a equilibrar el sistema circulatorio a través de una ducha de lluvia a presión siguiendo un sentido de pies a cabeza. A esto se podrá integrar una exfoliación o un masaje relajante.

MASAJES TERAPÉUTICOS



➤ Usos

Los masajes son el método terapéutico más utilizado para la búsqueda de relajación y mejoría corporal, teniendo un efecto a nivel físico y mental. Al momento que un paciente se encuentra bajo un tratamiento de masajes el cuerpo entra en un estado de relajamiento y tranquilidad mental generando un incremento energético, este procedimiento existió desde hace mucho tiempo atrás como instinto natural de los seres humanos de frotar un músculo cuando existe dolor o tensión.

1. Masaje a nivel de la cabeza

El masajista deberá apoyar ligeramente los pulgares en la coronilla y los demás dedos en los temporales de la cabeza, luego efectuar el masaje con presión, procurando los dedos rotar en forma circular sobre el cuero cabelludo, terminando con la yema de un dedo sobre cada sien, en la misma forma.

2. Masaje a nivel de tronco y extremidades

La persona que realice este tipo de masajes deberá tener las uñas bien cortas y manos bien higiénicas, por otro lado el paciente deberá estar cómodo con los musculos relajados.

3. Masaje a nivel del tórax

Es similar a amasar, pues se amasan con ambas manos la piel y los músculos del paciente, la profundidad e intensidad varía según el caso, además se realiza un poco de percusión, este consiste en ciertos golpes que se aplican con la extremidad de los dedos, la palma de la mano, el borde interno o cubital del meñique o el puño.

Contraindicaciones

Los masajes brindan muchos beneficios para el cuerpo humano, calman el estrés, molestias musculares y otros. Sin embargo el grado de cuidado a la hora de recibir los masajes son grandes, estos deben ser aplicados por profesionales caso contrario se producirán molestias y lesiones, ya que al hacer presión, puede afectar al nervio que se encuentra en esta zona, y producir una lesión por comprensión del nervio, generalmente en los hombros y cuello. Además se debe evitar la aplicación de masajes en pacientes que presentan infecciones cutáneas como es el acné, después de colocarse una vacuna, después de haberse sometido ante una operación quirúrgica, cuando existen tumores, tendencias hemorrágicas.

➤ **Beneficios**

La aplicación de masajes tiene grandes beneficios a nivel corporal y mental, ya que refrescan el cuerpo y derriten el estrés, esto dependerá del tipo de masaje que se realice, uno de los efectos de los masajes es que por ejemplo en el sistema nervioso funciona como un analgésico disminuyendo el dolor, a nivel muscular relaja los músculos y aumenta el tono muscular.

➤ **Características**

El masaje tiene 3 características las cuales son:

El sentido: Debe efectuarse siempre en dirección centrípeta, esto es, desde la periferia hacia el corazón.

La intensidad: Los masajes deben aplicarse para obtener un efecto calmante.

La progresión: Todo masaje debe efectuarse de forma progresiva al principio y regresiva al final³².

Los tipos de masajes que se realizarán en el Centro Terapéutico de Medicina Alternativa y SPA serán:

Masaje Anti estrés

Es un masaje que combina la digito puntura y ejercicios de respiración se lo realizará en forma suave y superficial acompañado con aceites herbales, es ideal para personas que presentan dificultad para conciliar el sueño, personas que presentan humor cambiante, estrés etc. Su duración es de 40 minutos y se lo ejecutará conjuntamente con musicoterapia y cromoterapia.

Masaje Terapéutico o Quiropráctico

Es un masaje multidisciplinario con la evaluación de una terapeuta, combina maniobras relajantes y descontracturantes, se lo realizará en partes como cuello y

³² FISIOSTAR. 2009. [<http://www.fisiostar.com/2009/10/el-masaje-efectos-indicaciones-y.html>].

espalda, su finalidad es disminuir molestias producidas por las actividades diarias, el uso de computadores y lesiones óseas, para su aplicación se utilizará aromaterapia, calor y electrodos. Su duración es de 55 minutos.

Masaje Holístico

Es un masaje que relaja y renueva el cuerpo entero, su finalidad es realizar un trabajo profundo en la masa muscular estimulando los puntos energéticos del cuerpo para alcanzar bienestar físico, mental y emocional, se lo realiza boca abajo y trabaja a nivel de espalda, brazos, piernas y pies. Su duración es de 1 hora y 20 minutos, se utilizará electrodos y calor húmedo para poder penetrar con mayor facilidad los músculos tensos.

REFLEXOLOGÍA



➤ Usos

La técnica de reflexología se basa en presionar los pies o las manos, debido a que cada una de estas zonas refleja un órgano que experimenta dolor o sensibilidad, todos los órganos de nuestro cuerpo se encuentran conectados con el cerebro y la columna vertebral a través de los nervios, los cuales tienen sus terminaciones en las manos y en los pies, así cuando algún órgano de nuestro cuerpo no está funcionando bien se forman pequeños gránulos, evidenciando que existe algún tipo de enfermedad debido a la acumulación de toxinas y de tensiones. Esta técnica se lo realiza través de los masajes tanto en los pies como en las manos.

➤ **Beneficios**

- a) Al realizarla se produce una activación, es decir una mayor irrigación sanguínea lo que provoca el aumento de transportación de oxígeno, energía y hormonas que hacen que se eliminen las toxinas.
- b) Disminuye los dolores de ciertas partes del cuerpo.
- c) Provoca relajamiento profundo.
- d) A través del relajamiento contribuye al equilibrio físico y mental.

➤ **Características**

- a) Esta técnica solo utiliza zonas corporales como las manos y los pies.
- b) Se trabaja sobre los pies desnudos.
- c) No produce exceso de dolor.
- d) Se realizan presiones alternas en ciertos puntos del pie así como movilizaciones del pie y el tobillo.



En Azul: Aparato respiratorio, está dividido en dos partes: vías respiratorias superiores (nariz, boca, faringe, laringe, tráquea) y vías respiratorias inferiores (bronquios y pulmones).

En Verde: Esqueleto con las articulaciones y columna vertebral.

En Amarillo: Sistema endocrino o glandular, comprende las diferentes glándulas secretoras de hormonas que actúan sobre el metabolismo, el crecimiento y la sexualidad.



En Rojo: Sistema cardio-vascular (arterias y venas).

En Naranja: El aparato urinario compuesto por los riñones, los uréteres y la vejiga, su misión es de filtrar la sangre y evacuar los productos de desecho y el exceso de agua.

En Azul claro: Sistema nervioso, está compuesto del cerebro, los diferentes nervios y los órganos sensoriales (ojos, oídos etc.)³³.

La Reflexología del pie se presenta como una forma de medicina preventiva proporcionando un alto estado de relajación. El Centro Terapéutico de Medicina Alternativa y Spa ofrecerá este servicio en forma de masajes ya que es uno de las terapias más agradables y sedativas para el receptor. Esta terapia está destinada a personas que sientan cualquier alteración en su salud, que deseen prevenir o para quien sienta sus pies cansados, su tiempo de duración es de 37 minutos.

PILATES Y POWER LATINO

PILATES



➤ Usos

El método Pilates es un sistema de entrenamiento físico y mental, que combina conocimientos como gimnasia, ballet y yoga, uniendo el dinamismo y la fuerza muscular con el control mental, la respiración y la relajación se realiza con la ayuda

³³ NATURAMEDIC. 2008. <http://www.naturamedic.com/reflexologia.htm>.

de máquinas y ciertos elementos como son las pelotas o aros, se utiliza un ambiente relajado con música suave que permite la comunicación entre alumno e instructor.

➤ **Beneficios**

- a) Mediante la concentración y la respiración se consigue un estado de relajación disminuyendo el estrés lo que repercute positivamente en los aspectos psicológicos aumentando el autocontrol.
- b) Mejora la flexibilidad, la agilidad y la coordinación de los movimientos del cuerpo que vamos perdiendo con el transcurso del tiempo.
- c) Fortalece el cuerpo sin aumentar el volumen muscular.
- d) Corrige la postura previniendo dolores de cuello, espalda y lumbares.
- e) Al reducir las tensiones musculares y al conseguir un estado de relajación se produce un profundo sueño.
- f) Es ideal para mujeres embarazadas para la preparación postparto.

➤ **Características**

Es un método que tiene como finalidad mejorar la condición física mediante la combinación de la respiración y la flexibilidad, fue desarrollado por Joseph Pilates, no está enfocado en la curación sino en la prevención. Se caracteriza porque los ejercicios se concentran en la llamada Powerhouse o centro de poder, esto se refiere a los músculos del torso: abdominales, espalda y nalgas. Es una técnica que puede ser practicada por todas las personas desde niños, jóvenes y personas de tercera edad.

Principios del método Pilates:

- **Control:** Saber controlar nuestro cuerpo.

- **Concentración:** Concentrarse en el movimiento correcto y la coordinación de la respiración.
- **Fluidez:** Aprender la importancia de la transición de cada movimiento.
- **Precisión:** Alineamiento del cuerpo como un todo.
- **Respiración:** Importancia de la exhalación para estimular la respiración, exprimir todo el aire de los pulmones hasta dejar los pulmones limpios de aire³⁴.

POWER LATINO



El Power Latino llamado también Bailo terapia, es una terapia anti estrés, que mezcla gimnasia aeróbica y pasos de danza latino americanas como el merengue, el mambo, la salsa, etc. Tiene como objetivo mejorar el estado físico y emocional (actitud positiva - autoestima) de la persona mediante un ambiente musical, el mismo que permite a la persona desconectarse por un momento de los problemas y preocupaciones cotidianas. Su sesión dura aproximadamente una hora, entre sus beneficios tenemos: pérdida de peso, corrige ciertas posturas y fortalece los huesos y los músculos.

Debido a la gran acogida que tuvo el ejercicio físico como servicio propuesto en las encuestas realizadas, el Centro Terapéutico de Medicina Alternativa y SPA incluirá

³⁴ SHIPSIDE, Steve. *Pilates Total*. Ediciones Nowtilus. Madrid. 2005. p.5.

entre sus servicios el método de Pilates el mismo que además de conseguir un estado de relajación óptimo, de mejorar la flexibilidad y la agilidad, es una técnica que contribuye a la pérdida de peso, fortaleciendo el cuerpo sin aumentar el volumen muscular; además se podrá complementar con una clase de Power latino que consiste en quemar calorías a través del baile.

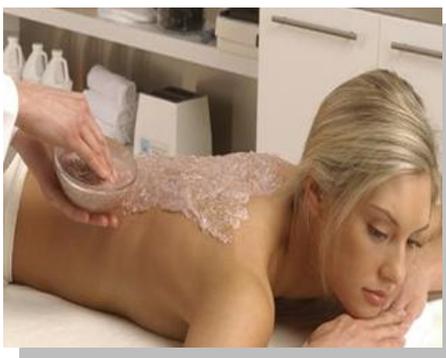
ESTÉTICA Y BELLEZA

La belleza del rostro y la armonía del cuerpo son un complemento para la salud por lo que se ofrecerá los siguientes servicios:

Tratamientos Faciales y Corporales



Es un tratamiento que se lo realiza a través de mascarillas y envolturas. En el caso de los tratamientos faciales se aplicarán dos tipos: el facial purificante y el facial hidratante estos tienen la finalidad de disminuir considerablemente el exceso de brillo, la producción de sebo al nivel de las glándulas sebáceas, los puntos negros y las espinillas. Esto se lo realizará con la ayuda de exfoliaciones las cuales sirven para limpiar y remover las células muertas preparando la piel para poder recibir los beneficios de cualquier activo natural de planta y aceites esenciales.



Para los tratamientos corporales se realizarán envolturas donde se utilizará chocolate o parafango los cuales serán pintados en todo el cuerpo, su duración es de 70 minutos ayuda a tratar la celulitis, remodela, vigoriza y desintoxica. Se retira con agua intercalada de presión.

Depilaciones



Es un proceso que quita y retarda el crecimiento del vello, este procedimiento se realizará con ceras de la más alta calidad con la finalidad de no causar irritación en las zonas del cuerpo es decir en cejas, labio superior, axilas, piernas y área del bikini. Este procedimiento dura 40 minutos aproximadamente.

Manicure y Pedicure



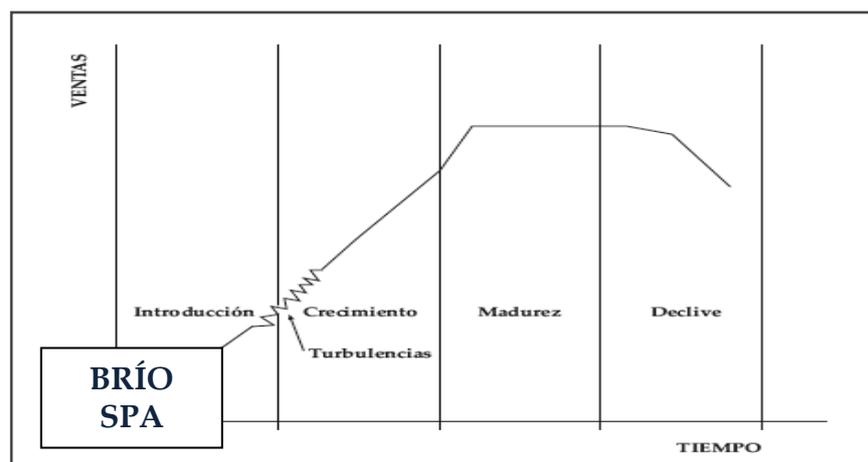
Es una técnica que tiene como finalidad contribuir al embellecimiento y cuidado de manos, pies, codos y rodillas, consiste en hacer exfoliaciones y cambio de esmalte.

2.9.3 ESTRATEGIA Y POSICIONAMIENTO

"Posicionamiento es el lugar que ocupa un producto o servicio en la mente del consumidor y es el resultado de una estrategia especialmente diseñada para proyectar la imagen específica de ese producto, servicio, idea, marca o hasta de una persona con relación a la competencia³⁵".

2.9.3.1 ANÁLISIS DEL CICLO DE VIDA DEL SERVICIO

Gráfico No.15
CICLO DE VIDA DEL SERVICIO



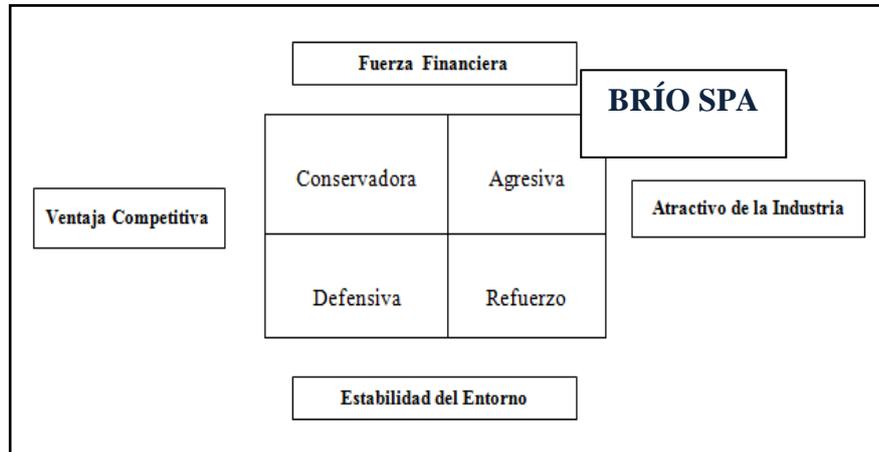
Elaborado por: María Augusta Semanate H.

Debido a que el Centro Terapéutico de Medicina Alternativa y SPA es una empresa que ingresa al mercado por primera vez, es evidente que se encuentra en la etapa de introducción o de lanzamiento, por lo que se caracterizará por tener un bajo volumen de ventas, dificultades para introducir el servicio en el mercado, utilidades bajas y una gran inversión técnica, comercial y de comunicación. Por esta razón se pretende ingresar al mercado con una estrategia de precio y comunicación.

³⁵ GARCÍA, Penelope. SCHUPNIK. Walter. 2008.
[[Http://www.gestiopolis.com/canales6/mkt/mercadeopuntocom/posicionamiento-guerra-en-la-mente-del-consumidor.htm#mas-autor](http://www.gestiopolis.com/canales6/mkt/mercadeopuntocom/posicionamiento-guerra-en-la-mente-del-consumidor.htm#mas-autor)].

2.9.3.2 POSICIONAMIENTO ESTRATÉGICO

**Gráfico No.16
MATRIZ PEYEA**



Elaborado por: María Augusta Semanate H.

El posicionamiento estratégico que se piensa tener es de tipo agresivo debido a que el atractivo de la industria y la ventaja competitiva son altos. Tomando en cuenta que las mayores ventajas competitivas de esta empresa serán la calidad en los tratamientos prestados, precios accesibles, limpieza, excelente trato al cliente ya que ellos son la razón de este negocio por lo que siempre deben ser tratados con cortesía, rapidez y exactitud. En cuanto a la estabilidad del entorno se piensa que será invariable ya que el mercado actual de este tipo de negocios no presentan fuertes barreras de entrada y salida lo que permite a varias empresas iniciarse y de igual manera salir en las mismas condiciones, existiendo libre competencia entre oferentes y demandantes. Por otro lado se pretende ingresar al mercado con una fuerza financiera media.

2.9.3.3 ANÁLISIS FODA

Cuadro No.36
Matriz FODA

<u>POSIBLES FORTALEZAS</u>	<u>OPORTUNIDADES REALES</u>
<ol style="list-style-type: none"> 1. Prestar un servicio de calidad. 2. Contratar personal profesional con experiencia. 3. Ambientes exclusivos. 4. Capacitación permanente a los empleados. 5. Realización de campañas publicitarias. 6. Innovación. 7. Diferenciación del servicio. 8. Buena calidad en la atención al cliente. 9. Recursos necesarios para la prestación del servicio. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Aumento de los índices de enfermedades causadas por el estrés. 2. Creciente preocupación de la población por alcanzar bienestar físico y mental. 3. Alta demanda de este tipo de servicios. 4. El uso del internet. 5. Crecimiento económico en la zona Sur de Quito. 6. Crear y vender una franquicia que genere buena rentabilidad.
<u>POSIBLES DEBILIDADES</u>	<u>AMENAZAS REALES</u>
<ol style="list-style-type: none"> 1. Poca experiencia en el mercado al ser una empresa nueva. 2. El equipamiento para este tipo de negocios es costoso. 3. Altas tasas de interés al realizar financiamientos. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. La posible entrada de nuevos competidores en la zona. 2. Desconocimiento del verdadero concepto de SPA en la zona Sur de Quito. 3. Proliferación de centros de estética, saunas, y gimnasios que se hacen llamar SPA.

Elaborado por: María Augusta Semanate H.

2.9.3.4 ESTRATEGIAS EMPRESARIALES

**Cuadro No.37
ESTRATEGIAS EMPRESARIALES**

<u>ESTRATEGIAS FO</u>	<u>ESTRATEGIAS FA</u>
<p align="center">F1, F3, F6 vs O3</p> <p>La alta demanda de este tipo de servicios en el país se considera como una oportunidad que se debe aprovechar para captar nuevos clientes en base a la diferenciación en el servicio³⁶, ambientes exclusivos³⁷ e innovación.</p> <p align="center">F1,F2 ,F8 vs O2</p> <p>Con un servicio de calidad y personal calificado se logrará posicionamiento como una empresa seria que contribuye a mejorar la calidad de vida de la población.</p> <p align="center">F5,F10 vs O4</p> <p>Se deberá destinar los recursos necesarios para la realización de campañas publicitarias con el objetivo de llamar la atención del público objetivo.</p>	<p align="center">F1, F2, F7 vs A1</p> <p>Hacer frente a la proliferación de competencia en base a la prestación de un servicio de calidad combinando un excelente trato, seriedad y compromiso.</p> <p align="center">F6,F7,F8 vs A2</p> <p>Satisfacer las necesidades de los clientes brindando un servicio innovador que cumpla con las expectativas y exigencias de los clientes.</p>
<u>ESTRATEGIAS DO</u>	<u>ESTRATEGIAS DA</u>
<p align="center">D1 vs O7</p> <p>Contratar personal altamente capacitado permitirá a la empresa garantizar un servicio de calidad y lograr los objetivos planteados por la empresa.</p> <p align="center">D1 vs O4, O7</p> <p>Buscar nuevas alternativas tecnológicas aprovechando el auge del uso de las terapias alternativas en el mundo a través del uso del internet.</p>	<p align="center">D1 vs A1, A3</p> <p>La diferenciación en los servicios con expertos profesionales y un ambiente exclusivo permitirá posicionar a la empresa como única en la zona.</p>

Elaborado por: María Augusta Semanate H.

³⁶ Su factor diferencial será basarse en tres procesos: diagnóstico, plan de trabajo y aplicación; es decir se contará con un especialista responsable de diagnosticar cuál es el problema o necesidad del cliente y cómo tratarlo, a la vez decidirá el plan de trabajo que se ejecutará, esto con la finalidad de cubrir las necesidades de forma responsable y con garantía.

³⁷ El objetivo de Brío Spa Terapéutico es distinguirse de la competencia por su ambiente, decoración y por los servicios que ofrecerá. El agua representará el elemento central para su diseño. Para esto se requerirá de un equipamiento y distribución específica que permita la integración armoniosa de espacios de salud, belleza y bienestar. Se utilizarán materiales y acabados nobles que denoten un buen gusto en un ambiente relajante y acogedor.

2.9.3.5 FIJACIÓN DE PRECIOS

"El precio se lo define como la cantidad monetaria a la que los productores están dispuestos a vender, y los consumidores a comprar un bien o servicio, cuando la oferta y demanda están en equilibrio"³⁸.

La información que se utilizará para la fijación del precio se obtendrá de la investigación de mercado realizado anteriormente, en donde de acuerdo al análisis de la competencia se pudo observar que la mayoría de los centros ubicados en la zona sur se manejan mediante precios individuales por tratamiento, mientras que la zona norte y los valles se manejan mediante paquetes en los cuales incluyen varios tratamientos. Por lo tanto esta empresa fijará precios individuales e incluirá un paquete promocional con el fin de dar a conocer los diferentes servicios complementarios que brindará este centro.

Además los precios dependerán de cada terapia tomando en cuenta dos aspectos: los costos de los insumos necesarios para la prestación del servicio y los precios de la competencia, estos cálculos se realizarán más adelante en el Estudio Técnico y Estudio Financiero.

2.9.4 PUBLICIDAD Y RELACIONES PÚBLICAS

"La publicidad se define como cualquier forma de comunicación no personal, pagada, en la cual se identifica al patrocinador o la compañía"³⁹.

En la investigación de mercados, los clientes tienen la preferencia de los siguientes medios en este orden: hojas volantes, internet, televisión, periódicos, radio y revistas. Pero según los recursos iniciales de la empresa se utilizará hojas volantes, internet y revistas. Siendo esta de tipo informativa en la que se dará a conocer los servicios que se ofrecerán y sus características como beneficios, precios y promociones.

³⁸ BACA, Gabriel. Op. Cit.p.53.

³⁹ LAMB, Hair McDaniel. *Marketing*. 6ta. Edición. Ediciones Thompson. México.2002. p. 502.

2.9.4.1 DESARROLLO Y EVALUACIÓN DEL MENSAJE PUBLICITARIO

"El mensaje publicitario señala una razón para que alguien compre un producto, este suele desencadenar las emociones del consumidor⁴⁰".

Objetivo: Difundir la existencia del Centro Terapéutico de Medicina Alternativa y SPA y de sus servicios a los clientes potenciales con el fin de crear demanda del mismo.

➤ **Ejecución del mensaje:**

En primera instancia nuestro público objetivo serán hombres y mujeres que residen en la zona sur de Quito, personas que busquen un lugar que contribuya a su bienestar físico y mental mediante la aplicación de terapias alternativas y el efecto beneficioso del agua. Los beneficios relevantes que serán resaltados en el mensaje son:

- Relajación (Sitio mental propuesto)
- Terapias Alternativas y Tratamientos Alternativos (Salud)

Gráfico No.17
EJECUCIÓN DEL MENSAJE



Elaborado por: María Augusta Semanate H.

⁴⁰LAMB, Hair McDaniel. Op. Cit. p. 507.

2.9.4.2 RELACIONES PÚBLICAS

"Las relaciones públicas son la función de marketing que evalúa las actitudes del público, identifica áreas de la empresa que le interesaría a éste y ejecuta un programa de acción para ganarse la comprensión y la aceptación del mismo⁴¹".

Objetivo

- Dar a conocer la marca de la empresa.
- Exponer los beneficios del servicio al público objetivo.
- Conseguir que el público objetivo adquiera el servicio y de esta manera hacer que se incrementa las ventas a corto plazo.
- Fortalecer la imagen de la empresa.

Público Objetivo

Hombres y mujeres que residen en la zona Sur de Quito, con deseos de encontrar un lugar que les permita relajarse física y mentalmente y aliviar ciertas dolencias corporales.

Marca

Con el objetivo de generar una imagen visual y lograr posicionamiento se ha decidido usar el siguiente logotipo:



Elaborado por: María Augusta Semanate H.

⁴¹LAMB, Hair McDaniel. Op. Cit. p.522.

Este logotipo consta de la palabra Brío el mismo que en español significa valentía o determinación con que se hace algo o la actitud que se adopta ante las dificultades

Por tanto, las relaciones públicas se realizarán mediante el uso de medios físicos y virtuales que se detallan en el plan de medios.

2.9.4.3 PLAN DE MEDIOS

"La Planeación de medios es la serie de decisiones que se toman para la selección y uso de los medios, los cuales permiten a la empresa comunicar su mensaje a la audiencia meta de manera óptima y eficiente⁴²".

Tipos de medios

- Flyers
- Página web
- Afiches o carteles publicitarios
- Periódico
- Imagen del personal

Los medios por los que se dará a conocer el mensaje al mercado meta son:

- **Medio:** Flyers, llamados también panfletos o volantes, circulares creadas para la distribución masiva.

Con el objetivo de tener contacto directo con el cliente se realizará volanteo en el interior y exterior de Centros Comerciales⁴³ como el Quicentro del Sur y Centro Comercial el Recreo, además en lugares aledaños al Centro Terapéutico de Medicina Alternativa y Spa.

⁴²LAMB, Hair McDaniel. Op. Cit. p. 521.

⁴³ El permiso para repartir los flyers en los Centros Comerciales se lo hace únicamente pidiendo autorización al administrador este puede ser de formal o informal si es en forma formal se lo hace a través de una carta adjuntando una muestra de los flyers que van a ser distribuidos o simplemente se pide una autorización verbal.

A través de estos se busca transmitir información en forma resumida de cada uno de los servicios ofrecidos, beneficios, ubicación y contactos de la empresa.

- **Medio:** Creación de una página web perteneciente a BRÍO Spa Terapéutico.

Una de las ventajas de la creación de la página web y su publicación en Internet es que es uno de los medios de más rápido crecimiento, cada vez más usado por más personas, capaz de llegar a diferentes mercados nacionales e internacionales, además que su costo es moderado con relación al tiempo de su publicación, ya que está en línea las 24 horas del día. Por esta razón con la creación de la página web se buscará mostrar información resumida acerca de BRÍO Spa Terapéutico, esta contendrá:

- Lista de terapias y tratamientos que ofrecerá la empresa.
- Beneficios y consejos.
- Información, artículos y notas sobre tendencias en la industria; es decir, temas como el agua y sus efectos terapéuticos, la medicina alternativa y sus terapias, la importancia de comer sano, el uso de los colores como soporte para una vida más saludable, el estrés etc.
- Promociones especiales en días festivos.
- Horarios.
- Lista de contactos, números telefónicos, fax y correo electrónico.
- Gráficos y fotografías.

- **Medio:** Afiches o carteles publicitarios

Los afiches se colocarán en la entrada del local con el propósito de captar la atención de los clientes y transmitir el mensaje publicitario. Adicionalmente, previa autorización, también se los podría colocar en clínicas, centros comerciales etc.

- **Medio:** Publicación de media página

Se contratarán espacios en la revista La Familia en forma trimestral, el propósito de publicar en esta revista es su flexibilidad geográfica es decir que como su

reproducción es en forma masiva tendría acceso directo a los clientes potenciales además que sus costos son razonables.

2.9.4.4 TELEMARKETING E IMAGEN DEL PERSONAL

"El Telemarketing es una forma de marketing directo en la que un asesor utiliza el teléfono o cualquier otro medio de comunicación para contactar con clientes potenciales y comercializar los productos y servicios⁴⁴".

"No existe una segunda oportunidad para una primera buena impresión".

Es evidente que lo exterior no es lo más importante pero hoy en día la imagen personal influye de alguna manera en la percepción de los demás, es por esta razón que BRÍO Spa Terapéutico pondrá énfasis en el lenguaje gestual e imagen.

En cuanto al lenguaje gestual del personal, el teléfono constituye una herramienta de comunicación esencial para satisfacer a los clientes, esto funcionará a partir de una base de datos de clientes, familiares y referidos, los cuales obtendrán información del Centro Terapéutico de Medicina Alternativa y SPA por medio de sus representantes, los mismos que tomarán en cuenta 3 aspectos:

1. Los mensajes grabados para las llamadas entrantes serán en forma cordial y clara.
2. La recepción de las llamadas serán cordiales y agradables al oído en donde los representantes de BRÍO Spa establecerán en forma clara el nombre de la empresa y el motivo de la llamada.
3. Si en el momento de la llamada el cliente no tiene disponibilidad, se le consultará y se buscará inmediatamente en qué momento se lo puede volver a contactar.

⁴⁴WIKIPEDIA. [<http://es.wikipedia.org/wiki/Telemarketing>].

El personal de BRÍO Spa Terapéutico vestirá un uniforme de acuerdo a su área ocupacional, el mismo que tendrá el logotipo de la empresa, simultáneamente el personal que realizará las diferentes terapias usará un uniforme de tipo médico el mismo que proyectará higiene y comodidad.

Gráfico No. 19
UNIFORME DEL PERSONAL



Elaborado por: María Augusta Semanate H.

2.9.4.5 PROMOCIÓN Y VENTAS

"Son las actividades de comunicación de marketing, fuera de la publicidad, las ventas personales y las relaciones públicas, donde un incentivo a corto plazo, como precio más bajo o un valor agregado, estimula a los consumidores o a los miembros de canal de distribución a comprar un bien o servicio inmediatamente⁴⁵".

- Se entregarán cupones de descuento por inauguración del 10% por cada tratamiento, y se realizará una evaluación sin costo.
- Se realizarán cupones los cuales serán entregados a los clientes a la salida del establecimiento, en donde al reunir 10, la entrada al circuito de hidroterapia será gratis.

⁴⁵ LAMB, Hair McDaniel. Op. Cit.p.536.

- A través de un programa de clientes frecuentes, se entregarán tarjetas a manera de reconocimiento, las cuales permitirán ofrecer facilidades de pago.
- Se realizará una terapia de cortesía en fechas especiales como cumpleaños, el día de la mujer día, de la madre y día del padre.
- Hoy en día las empresas con el fin de aumentar su productividad incorporan en sus actividades conceptos que se enfocan en mantener motivados a sus empleados, por esta razón se piensa realizar convenios en donde se ejecutarán descuentos especiales para empresas, en el que sus empleados podrán disfrutar de terapias alternativas, masajes, tratamientos faciales, circuitos.
- Frecuentemente como recuerdos y por el bajo costo que representan se entregará esteros o llaveros los mismos que tendrán impreso el logo de la empresa.

2.9.4.6 PLAN DE EJECUCIÓN DE MEDIOS

Tabla No.9
PLAN DE EJECUCIÓN DE MEDIOS

Pieza Aplicables	Fecha Aplicable	Cantidad	Precio Unitario	Valor Mensual	Valor Anual
Flyers	Mensual	1000	0,12	120,00	1.440,00
Afiches	Semestral	100	2,00	200,00	400,00
Anuncio en Periódico (1/4 de página)	Trimestral	1	922,00	922,00	3.688,00
Página Web	Año	1	300,00	300,00	300,00
Llaveros	Trimestral	50	0,70	35,00	140,00
Uniforme del Personal	Año	12	60,00	720,00	660,00
TOTAL				2.297,00	6.628,00

Fuente: Investigación de Campo.

Elaborado por: María Augusta Semanate H.

2.9.5 DISTRIBUCIÓN

"Actividades destinadas a distribuir el producto, llevándolo desde el fabricante hasta el consumidor, y facilitar la compra".



Para la venta del servicio se ha seleccionado el canal de distribución más corto, es decir Productor – Consumidor, el mismo que funcionará en un solo punto de la ciudad de Quito, el cual será adecuado con materiales nobles a fin de buscar un alto nivel de confort, mediante personal profesional con vocación de servir. Hay que considerar que uno de los objetivos de esta empresa es abarcar el mercado con rapidez.

2.9.6 AGREGAR VALOR A LA VENTA ELECTRÓNICA

Una vez que Brío Spa Terapéutico obtenga reconocimiento en el mercado objetivo, se comunicará información específica como promociones, sorteos, premios etc. a quienes reservan sesiones del servicio a través de la página web, esto ayudará a la empresa a organizarse de mejor manera.

CAPÍTULO III

3. ESTUDIO ADMINISTRATIVO - LEGAL

3.1 OBJETIVO GENERAL

Definir la estructura organizacional del Centro Terapéutico de Medicina Alternativa y SPA, así como la normativa legal que regirá la empresa.

3.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Establecer la misión, visión, objetivos, valores, principios y políticas de la organización.
- Crear la estructura funcional del Centro Terapéutico de Medicina Alternativa y SPA.
- Determinar el tipo de compañía bajo el cual el Centro Terapéutico de Medicina Alternativa y SPA se constituirá.
- Conocer los requisitos legales que deberá cumplir el Centro Terapéutico de Medicina Alternativa y SPA para el inicio de sus actividades.

3.3 CULTURA ORGANIZACIONAL

La cultura organizacional es el conjunto de normas, hábitos y valores, que practican los individuos de una organización y que hacen de ésta, su forma de comportamiento. La cultura de la empresa se caracteriza por ser simbólica pero se manifiesta en el compromiso de cada uno de sus miembros por mantener unida a la organización ante problemas u oportunidades.

3.3.1 MISIÓN

Se define a la misión como "el propósito fundamental por el que fue establecida la organización, conjunto de compromisos que adopta la organización en relación a los diferentes grupos de personas que en ella confluyen, beneficios que la empresa ofrecerá a la sociedad en general, accionistas o propietarios, clientes, personal de la

empresa"⁴⁶. La declaración de la misión responde a dos preguntas ¿En qué negocio estamos? ¿A dónde vamos? Por lo tanto la misión de esta empresa será:

“Proveer terapias alternativas en un ambiente de equilibrio y armonía, con el uso del agua, técnicas de masajes y rituales de relajación, a cargo de personal calificado y tecnología de punta, ofreciéndole a nuestros clientes un lugar que les permita relajarse física y mentalmente y aliviar ciertas dolencias corporales”.

3.3.2 VISIÓN

"La visión consiste en proyectar, en base a la situación actual de la empresa, el lugar en el mercado (posicionamiento), que se aspira ocupar en un horizonte de tiempo de 1 a 3 o más años"⁴⁷.

La visión de la empresa será:

“Ser uno de los mejores Centros Terapéuticos de Medicina Alternativa y SPA de la ciudad de Quito al cabo de cinco años, destacándose por brindar servicios de la más alta calidad posible, totalmente personalizados, respetando y cuidando la integridad física y emocional del cliente, promoviendo a la vez el desarrollo económico del país, manteniendo la rentabilidad de la empresa y niveles de crecimiento”.

3.3.3 OBJETIVOS

- Implementar un Centro Terapéutico de Medicina Alternativa y SPA pionero en ofrecer un servicio enfocado directamente a la salud y cuidado corporal con técnicas de relajación y terapias alternativas que permitan al ser humano sentirse en paz tanto física y emocional con el ambiente que lo rodea.
- Obtener utilidad a través del servicio prestado a fin de que los socios puedan acceder a un beneficio económico por el aporte del capital invertido.

⁴⁶ TORRENTES PONS, Ivonne. *Estrategias de Comunicación o con Comunicación*. [<http://www.manualesmarketing.com/manuales/Estrategia%20de%20Comunicacion.pdf>], p.1.

⁴⁷ Idem., p.1.

- Ser una organización ligada con el compromiso social que no busque solamente su propio beneficio sino el bienestar de todos quienes la conforman generando fuentes de trabajo, motivándolo y capacitándolo para asegurar el mejoramiento continuo de la empresa.
- Recuperar la inversión en un tiempo no mayor a 5 años para de esta manera con la utilidad generada reinvertir en el proyecto con ideas innovadoras.

El Centro Terapéutico de Medicina Alternativa y SPA se caracterizará por:

- ✓ Brindar servicios de la más alta calidad posible.
- ✓ Capacitar permanente a sus empleados.
- ✓ Respetar y cuidar la integridad física y emocional del cliente.
- ✓ Ser una empresa especializada y confiable con apoyo permanente al cliente.
- ✓ Buscar un alto nivel de confort mediante un ambiente relajante y acogedor conjuntamente con personal especializado con vocación de servir.

3.3.4 VALORES ORGANIZACIONALES

Los valores y principios organizacionales constituyen los cimientos de la cultura de la empresa, aportan un sentido de dirección común para todos los empleados y crean directrices para su actuación diaria.

Los valores y principios del Centro de Medicina Alternativa y SPA serán:

- ✓ **Responsabilidad**

Expuesto en las acciones de la empresa y acciones del personal para satisfacer las necesidades de los clientes.

✓ **Honestidad**

Reflejado al realizar diagnósticos acertados y tratamientos pertinentes con precios justos. Manifestado al compensar al personal con un salario justo con pautas de direccionamiento.

✓ **Respeto**

Brindar un trato justo al personal y a los clientes con actitud de escucha, comprensión, orientación, corrección frente a los empleados y tacto en la expresión hacia los clientes.

✓ **Calidez**

Demostrar relaciones interpersonales de cordialidad en un espacio de trabajo limpio, cómodo, aseado para el desempeño de labores.

✓ **Participación**

Motivar al personal con la generación de ideas sobre el mejoramiento continuo de la organización.

✓ **Excelencia**

Expresada en la búsqueda de la calidad en los servicios.

✓ **Innovación**

En tratamientos y técnicas de última generación.

3.3.5 POLÍTICAS ORGANIZACIONALES

✓ **Política de Servicio**

Satisfacer todos los requisitos de calidad, servicio y precio a los clientes.

✓ **Política de Gestión Humana**

Establecer un compromiso recíproco entre el Centro Terapéutico de Medicina Alternativa y SPA y el personal a fin de crear un ambiente favorable al desarrollo: personal, laboral y social, sobre la base de construir una identidad con la misión, visión, y objetivos de la empresa.

✓ **Política Social**

Promover el comportamiento responsable de la empresa con la sociedad, brindando un servicio confiable y seguro al público objetivo.

✓ **Política Ambiental**

Contribuir a minimizar los impactos negativos contra el medio ambiente haciendo uso de productos naturales y tecnología compatible con el entorno. Mantener un compromiso de ahorro de energía.

✓ **Política de Comunicación**

Asegurar que la comunicación fluya en un ambiente flexible y participativo entre administrador y personal. De esta manera todo el personal de la empresa deberá disponer de información acerca de sus deberes y obligaciones, es decir qué deben hacer y por qué, así como sus condiciones y derechos de trabajo, de esta manera se evitarán incertidumbres.

✓ **Política de Administración y Personal**

- a) Todos los empleados que sean incorporados en la empresa deberán cumplir los requisitos y pruebas que se requieran para formar parte del equipo de trabajo.
- b) Brindar al personal condiciones de trabajo favorables en un entorno seguro y agradable.

- c) Establecer claramente las funciones que realizarán cada uno de los empleados.
- d) Fomentar la participación en equipo.
- e) Cancelar puntualmente sueldos y salarios al personal.
- f) No se permitirá fumar dentro de las instalaciones.
- g) Cumplimiento del horario de trabajo establecido y compensación por trabajo extra.

✓ **Política Financiera**

- a) Lograr el mejor uso de los recursos financieros.
- b) Cumplir con las declaraciones y el pago adecuado de impuestos exigidos por el gobierno.
- c) Efectuar los pagos correspondientes tanto a bancos como a proveedores.

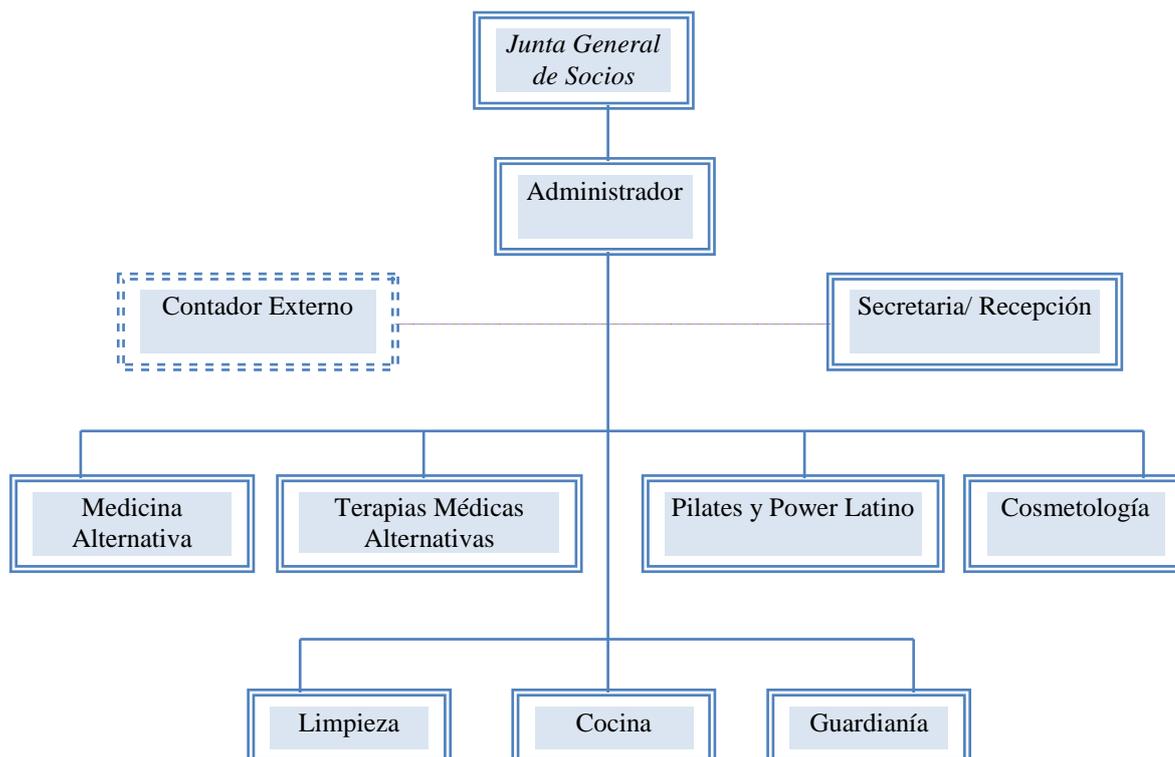
✓ **Política Atención al Cliente**

Manejar en forma ética la información obtenida de los usuarios siendo discretos en la comunicación que se mantenga con los clientes, satisfacer necesidades y superar expectativas de los clientes.

3.4 ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL Y ESTRUCTURA FUNCIONAL

La estructura organizacional es la manera de organizar y coordinar las actividades de una organización.

Gráfico No.20
ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL

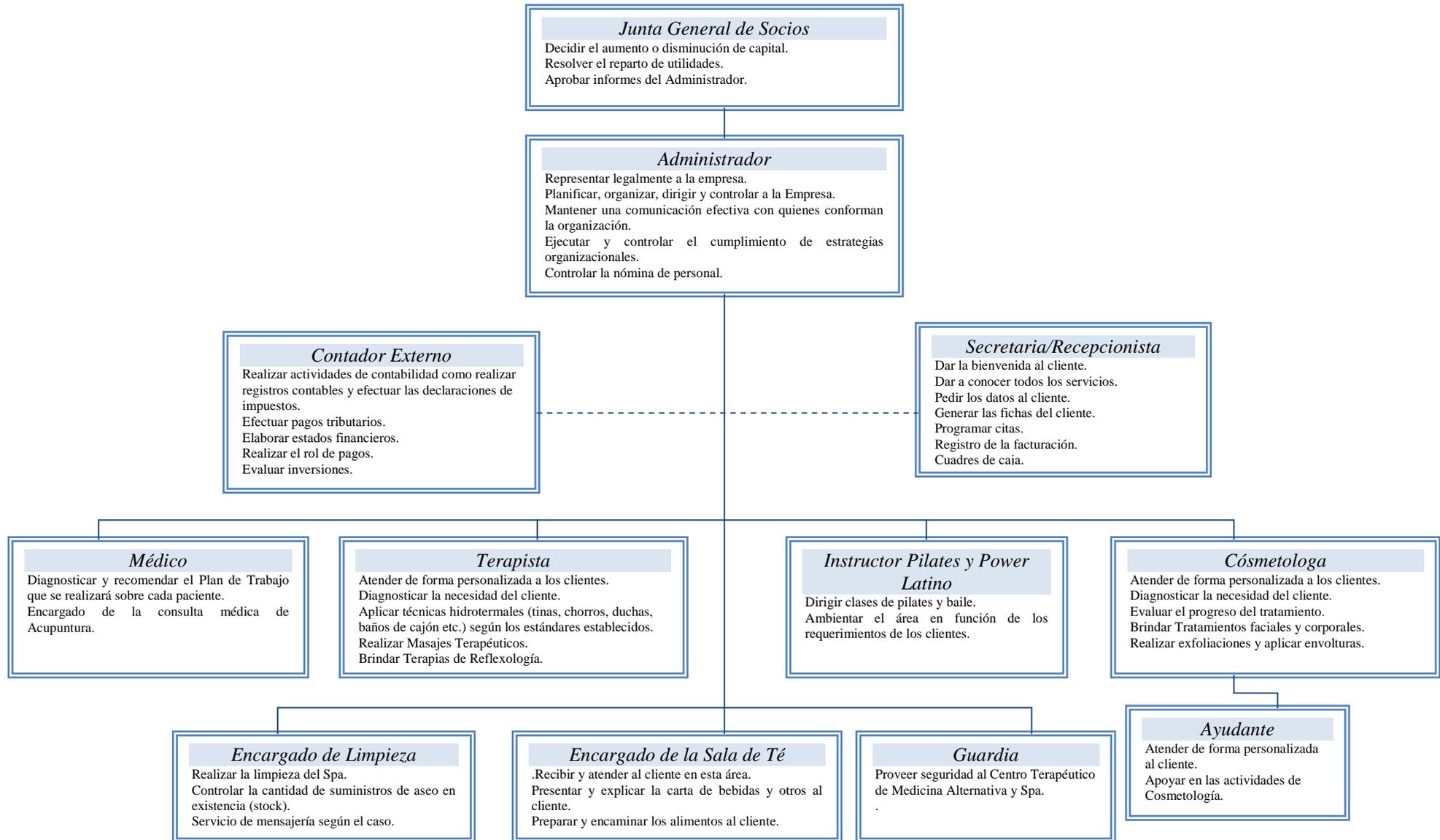


Elaborado por: María Augusta Semanate H.

El Centro Terapéutico de Medicina Alternativa y SPA con el fin de lograr óptimos resultados ha dispuesto su composición organizacional de una manera funcional y práctica, de manera que su estructura sea flexible donde existan flujos de comunicación directa entre todos miembros de la organización.

Cabe mencionar que el organigrama propuesto será modificado según el crecimiento y necesidades de la empresa, tomando en cuenta que ha sido diseñado de una manera multifuncional es decir que una persona desarrollará diferentes actividades.

Grafico No. 21
ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL



ADMINISTRADOR (Hombre o Mujer)

Funciones

- Representar legalmente a la empresa.
- Planificar, organizar, dirigir y controlar a la Empresa.
- Mantener una comunicación efectiva con quienes conforman la organización.
- Ejecutar y controlar el cumplimiento de estrategias organizacionales.
- Controlar la nómina de personal.
- Seleccionar al personal de la empresa.
- Coordinar el presupuesto anual de operación de la empresa.
- Analizar Estados Financieros.
- Supervisar actividades.
- Elaborar informes económicos.
- Colaborar en la selección y reclutamiento del personal.
- Fijar estrategias de promoción y publicidad.
- Mantener negociaciones con proveedores.

Formación

- Título superior en Administración de Empresas.
- Manejo de dos idiomas.
- Experiencia en Dirección de Empresas.
- Conocimiento en Tributación y Materia Fiscal Contable.

CONTADOR (Hombre o Mujer)

Funciones

- Realizar actividades de contabilidad como realizar registros contables y efectuar las declaraciones de impuestos.
- Efectuar pagos tributarios.
- Elaborar estados financieros.
- Realizar el rol de pagos.

- Evaluar inversiones.

Formación

- Título superior en Contabilidad y Auditoría.
- Conocimientos de Contabilidad, Legislación mercantil, Análisis de inversiones.
- Experiencia mínima 4 años.

El contador será contratado bajo la modalidad de servicios profesionales el cual consiste en que el profesional percibe una cantidad monetaria por la prestación del servicio, lo cual no implica pago de beneficios de ley.

SECRETARIA/ RECEPCIONISTA (Mujer)

Funciones

- Dar la bienvenida al cliente.
- Dar a conocer todos los servicios.
- Pedir los datos al cliente.
- Generar las fichas del cliente.
- Programar citas.
- Registro de la facturación.
- Cuadros de caja.
- Apoyo en las actividades administrativas.

Formación

- Título de Bachiller en Secretariado ó estudiante universitario.
- Experiencia mínima de 1 año.

MÉDICO (Hombre o Mujer)

Funciones

- Diagnosticar y recomendar el Plan de Trabajo que se realizará sobre cada paciente.

- Encargado de la consulta médica de Acupuntura.

Formación

- Profesional médico con especialidad médica alternativa y complementaria preferentemente en acupuntura.
- Experiencia mínima 3 años.

TERAPEUTA 3 (Mujer)

Funciones

- Atender de forma personalizada a los clientes.
- Diagnosticar la necesidad del cliente.
- Aplicar técnicas hidrotermales (tinas, chorros, duchas, baños de cajón etc.) según los estándares establecidos.
- Realizar Masajes Terapéuticos.
- Brindar Terapias de Reflexología.
- Responsable de los Tratamientos de Rehabilitación.
- Colaborar con la gerencia en el diseño de menús de tratamientos.
- Mantener y asegurar el buen uso de las instalaciones y equipos.

Formación

- Técnico, Tecnólogo o Licenciado en terapias alternativas y complementarias.
- Conocimientos en fisiología y el manejo de estrés.
- Conocimientos en la realización de los diferentes tipos de masajes.
- Conocimiento en Acupresión básica.
- Conocimiento en Armonía ambiental.
- Experiencia mínimo 2 años.

INSTRUCTOR DE PILATES Y POWER LATINO (Hombre o Mujer)

Funciones

- Dirigir clases de pilates y baile.

- Ambientar el área en función de los requerimientos de los clientes.

Formación

- Certificaciones de experiencia en el área.
- Cursos complementarios.
- Experiencia mínima 2 años.

COSMETÓLOGA (Mujer)

Funciones

- Atender de forma personalizada a los clientes.
- Diagnosticar la necesidad del cliente.
- Evaluar el progreso del tratamiento.
- Brindar Tratamientos faciales y corporales.
- Realizar exfoliaciones y aplicar envolturas.
- Asesorar en la venta de productos de uso personal disponibles en el centro.

Formación

- Técnico, Tecnólogo o Licenciado en cosmetología.
- Experiencia mínima 2 años.

AUXILIAR DE COSMETOLOGÍA (Mujer)

Funciones

- Atender de forma personalizada al cliente.
- Realizar manicure y pedicure.
- Ofrecer tratamientos de manos y pies.
- Apoyar en las actividades de Cosmetología.

Formación

- Experiencia mínima 1 año.

PERSONAL DE LIMPIEZA (Hombre o Mujer)

Funciones

- Realizar la limpieza del Spa.
- Controlar la cantidad de suministros de aseo en existencia (stock).
- Servicio de mensajería según el caso.

Formación

- Título de bachiller.

ENCARGADO SALA DE TÉ (Hombre o Mujer)

Funciones

- Recibir y atender al cliente en esta área.
- Presentar y explicar la carta de bebidas y otros al cliente.
- Investigar preferencias y necesidades.
- Preparar y encaminar los alimentos al cliente.
- Mantener actualizada la lista de precios en un lugar visible.
- Controlar la cantidad de alimentos y bebidas en existencia (stock).
- Cuidar el área de trabajo.

Formación

- Título de bachiller.

GUARDIA (Hombre)

Funciones

- Proveer seguridad al Centro Terapéutico de Medicina Alternativa y Spa.

Formación

- Título de bachiller.

3.5 FACTORES LEGALES

3.5.1 CONSTITUCIÓN LEGAL DE LA EMPRESA

La constitución legal del Centro Terapéutico de Medicina Alternativa y Spa tiene como objetivo afianzar su imagen como una empresa seria que contribuye al bienestar físico y mental del público objetivo. Consecuentemente este estudio impulsará la creación de una empresa conformada por interesados en el emprendimiento de una alternativa nueva y aunque en mínimo es un aporte a la generación de empleo.

3.5.2 TIPO DE COMPAÑÍA

"Contrato de compañía es aquél por el cual dos o más personas unen sus capitales o industrias, para emprender en operaciones mercantiles y participar de sus utilidades"⁴⁸.

El Centro Terapéutico de Medicina Alternativa y Spa se constituirá como una Compañía de Responsabilidad Limitada, esto significa que Brío Spa Terapéutico Ltda. responderá solo por el total de su capital y aportaciones.

3.5.3 FINALIDAD DE LA COMPAÑÍA

La compañía al constituirse tiene como finalidad prestar servicios de relajación y salud integral mediante la aplicación de terapias médicas alternativas y complementarias, adicionalmente se ofrecerán servicios de estética, belleza y cuidado corporal.

⁴⁸ Superintendencia de Compañías del Ecuador,
<http://www.supercias.gov.ec/Documentacion/Sector%20Societario/Marco%20Legal/LEY%20DE%20COMPANIAS.pdf>.

3.5.3.1 DISPOSICIONES GENERALES

- a) La compañía de responsabilidad limitada es la que se contrae entre tres o más personas, que solamente responden por las obligaciones sociales hasta el monto de sus aportaciones individuales y hacen el comercio bajo una razón social o denominación objetiva, a la que se añadirá, en todo caso, las palabras "Compañía Limitada" o su correspondiente abreviatura.
- b) La compañía de responsabilidad limitada podrá tener como finalidad la realización de toda clase de actos civiles o de comercio y operaciones mercantiles permitida por la Ley, excepción hecha de operaciones de banco, segura, capitalización y ahorro.
- c) El principio de existencia de esta especie de compañía es la fecha de inscripción del contrato social en el Registro Mercantil.
- d) El capital de la compañía estará formado por las aportaciones de los socios y no será inferior al monto fijado por el Superintendente de Compañías. Estará dividido en participaciones expresadas en la forma que señale el Superintendente de Compañías.
- e) Al constituirse la compañía, el capital estará íntegramente suscrito, y pagado por lo menos en el cincuenta por ciento de cada participación. Las aportaciones pueden ser en numerario o en especie y, en este último caso, consistir en bienes muebles o inmuebles que correspondan a la actividad de la compañía. El saldo del capital deberá integrarse en un plazo no mayor de doce meses, a contarse desde la fecha de constitución de la compañía.

3.5.3.2 REQUISITOS PARA CONSTITUIR UNA COMPAÑÍA DE RESPONSABILIDAD LIMITADA

➤ Nombre de la Compañía

Consiste en la razón social deberá ser aprobado por la Secretaría General de la Oficina Matriz de la Superintendencia de Compañías, o por la Secretaría General de la Intendencia de Compañías Quito. El nombre planteado es: **Brío Spa Terapéutico.**

➤ **Socios**

- Para intervenir en la constitución de una compañía de responsabilidad limitada se requiere de capacidad civil para contratar, no podrán hacerlo entre padres e hijos no emancipados ni entre cónyuges.
- Las personas jurídicas, con excepción de los bancos, compañías de seguros, capitalización y ahorro y de las compañías anónimas extranjeras, pueden ser socios de las compañías de responsabilidad limitada.
- La compañía de responsabilidad limitada se constituirá con tres socios mínimo, o con un máximo de quince si sus socios exceden del número de quince deberá transformarse en otra clase de compañía o disolverse (Art.95 de la Ley de Compañías).

El Centro Terapéutico de Medicina Alternativa y SPA se constituirá con tres socios.

➤ **Solicitud de aprobación**

Se deberá presentar al Superintendente de Compañía o a su delegado tres copias certificadas de la escritura de constitución de la compañía y se adjuntará la solicitud, suscrita por un abogado, en la que se pide la aprobación del contrato constitutivo.

➤ **Capital Mínimo**

- El capital de la compañía estará formado por las aportaciones de los socios y no será inferior al monto fijado por el Superintendente de compañías.

- El capital mínimo con que ha de constituirse es de 400 dólares norteamericanos.
- Al constituirse la compañía, el capital estará íntegramente suscrito, y pagado por lo menos en el 50% de cada participación. El saldo del capital deberá integrarse en un plazo no mayor de doce meses, a contarse desde la fecha de constitución de la compañía. Las aportaciones pueden ser en numerario (dinero) o en especie (bienes) muebles o inmuebles, o incluso, en dinero y especies. (Art.102, 103,104 de la Ley de Compañías).

Los accionistas fundadores suscriben íntegramente un capital social de 600 dólares, dividido en 600 participaciones de 1 dólar cada una además pagan el 100% de capital suscrito por cada uno de ellos mediante aporte numerario y 99.000,00 dólares en especie que es el costo aproximado del terreno.

**Cuadro No.38
SUSCRIPCIÓN DE CAPITAL**

No. Socios	Capital Suscrito	Capital Pagado	Capital por Pagar	Nro. de Participaciones	Capital Total
1	200	200	0	200	200
2	200	200	0	200	200
3	200	200	0	200	200
Aportación en Dinero					600
Aportación en Especie (Terreno)					99.000,00

Elaborado por: María Augusta Semanate H.

➤ **Afiliación a la Cámara de Comercio**

Previa la obtención de la inscripción de la escritura constitutiva y de la resolución aprobatoria en el Registro Mercantil, se requiere estar afiliado a una de las Cámaras correspondientes, en este caso a la Cámara de Comercio.

3.5.3.3 PASOS PARA CONSTITUCIÓN DE LA COMPAÑÍA

- Reservar la razón social de la empresa, la misma que consiste en seleccionar tres alternativas para enviarlas a la Superintendencia de

Compañías con el fin de verificar en la respectiva base de datos la no existencia de un nombre similar.

- Elaborar los estatutos de la empresa con la asesoría de un abogado, especificando el nombre de la empresa, el objeto, la duración, la actividad, el capital, etc.
- El primer borrador de los estatutos deber ser enviado para su revisión a la Superintendencia de Compañías.
- Aprobados los estatutos de la empresa se procede al levantamiento de la escritura pública, para el efecto se requiere tener abierta la cuenta de Integración de Capital como Compañía de Responsabilidad Limitada.
- En la superintendencia de Compañías se debe solicitar el extracto para realizar la publicación por la empresa.
- Cuando se ha cumplido todos los requisitos que la ley exige, se emite la respectiva resolución de constitución de la Compañía de Responsabilidad Limitada.
- Posteriormente se inscribe a la empresa constituida en la Cámara de Comercio de Quito.
- Efectuar el pago de la patente en el Municipio de Quito.
- Inscripción de la constitución de la compañía y el nombramiento tanto del gerente como del presidente en el Registro Mercantil.
- Obtención del RUC en el SRI.
- Emisión de un oficio al banco por parte de la Superintendencia de Compañías, donde se creó la cuenta de Integración de la compañía, para que esta pueda disponer de los fondos.

3.5.3.4 OBLIGACIONES LEGALES

Brío Spa Terapéutico Cía. Ltda. deberá cumplir las siguientes obligaciones:

➤ **Obtención del RUC**

"El Registro Único de Contribuyentes (RUC) es el sistema de identificación por el que se asigna un número a las personas naturales y sociedades que realizan actividades económicas, que generan obligaciones tributarias⁴⁹", para su obtención se deberá presentar los siguientes documentos:

- Copia certificada de la escritura pública de constitución de la compañía, con la razón de su inscripción en el Registro Mercantil.
- Copia certificada del nombramiento del representante legal de la compañía, debidamente inscrito en el Registro Mercantil.
- Copias de la cédula y de la papeleta de votación del representante legal.
- Certificación de la dirección domiciliaria en que la compañía desarrolle su actividad económica.
- Formulario del RUC en que consten todos los datos en él exigidos para la inscripción de persona jurídica, y la firma de su representante legal.

➤ **Obtención de la Licencia Metropolitana de Funcionamiento - Patente Anual**

La patente municipal es un tributo municipal que deben pagar personas naturales y jurídicas que ejercen actividades económicas dentro del Distrito Metropolitano de Quito este es el requisito para obtener el permiso de funcionamiento, de esta manera Brío Spa Terapéutico deberá obtener la patente municipal, previa el pago del Registro en la Tesorería Municipal, para obtenerlo se deberá presentar:

- Formulario de Solicitud de Licencia Metropolitana de Funcionamiento
- Escritura de Constitución

⁴⁹ Servicio de Rentas Internas. [<http://www.sri.gov.ec>].

- RUC
- Copias de Cédula
- Copias de Papeleta de Votación
- Copia de Pago Impuesto Predial⁵⁰
- Compatibilidad de uso de suelo
- Permiso Ambiente

➤ **Compatibilidad de Uso de Suelo**

Consiste en autorizar la compatibilidad de funcionamiento de un establecimiento con el uso del suelo, para obtenerlo se deben presentar los siguientes requisitos:

- Solicitud de Informe de Compatibilidad de Uso del Suelo (Croquis).
- Escritura de Constitución.
- RUC.
- Copias de Cédula.
- Copias de Papeleta de Votación.
- Copia de Pago Impuesto Predial.
- Informe de Regulación Metropolitana.

➤ **Permiso de Bomberos**

Este permiso consiste en instalar sistemas de prevención de incendios dentro de la organización, la solicitud se realiza en el cuerpo de bomberos correspondiente a la zona. Para obtenerlo se debe contar con:

- Extintores de incendios en número, capacidad y tipo determinado por el Departamento de Prevención y Control de Incendios del Cuerpo de Bomberos.
- Señalización de Escape.

⁵⁰ El Impuesto Predial es un tributo municipal anual que grava el valor de los predios urbanos se consideran predios a los terrenos, las edificaciones e instalaciones fijas y permanentes. **Fuente:** Municipio de Quito.

- Pago del Impuesto Predial.

➤ **Permiso de Ambiente**

El Municipio del Distrito Metropolitano de Quito a través de la Dirección Metropolitana del Medio Ambiente establece guías de prácticas ambientales para los sectores industriales de bajo impacto, comercios y servicios, a fin de promover los impactos ambientales sobre el medio ambiente y la salud. Este permiso es requisito para obtener la licencia de funcionamiento y está sujeta a inspecciones previas, para obtenerla se deberá cumplir los siguientes requisitos:

Manejo Ambiental Ruido

- Controlar emisiones del ruido hacia el exterior.
- Colocar letreros de advertencia respecto a la afectación de la salud que puede ocasionar la exposición prolongada a elevados niveles de ruido.
- Los parlantes deben estar orientados hacia el interior.

Manejo Integral de Residuos

- Los tarros de basura serán exclusivos para tal fin, estarán identificados y con fundas plásticas en su interior.
- Los residuos inorgánicos (envases y embalajes) se clasificarán de acuerdo al tipo de material (cartón, vidrio, papel) para una disposición que priorice el reciclaje y la reutilización, a excepción de envases de productos químicos de desinfección y limpieza que serán entregados al recolector de basura.
- Los desinfectantes y detergentes deberán ser identificados y guardados de acuerdo a la recomendación del fabricante.
- El establecimiento debe contar con un sitio para el almacenamiento de la basura y mantener el área circundante en un radio de 10 m limpio.

Manejo Ambiental de Emisiones a la Atmósfera

- En el caso de que el establecimiento cuente con grupos electrógenos cuyo uso sea mayor de 60 horas por semestre y su potencia supere los 37 Kw,

deberán presentar las caracterizaciones fisicoquímicas de sus emisiones gaseosas en el mes de noviembre de cada año.

Manejo de Riesgos

- El establecimiento de acatar las disposiciones de prevención de incendios establecido por el cuerpo de bomberos.
- Contar con instalaciones eléctricas aisladas, protegidas y fijas.
- Ningún establecimiento podrá verter al alcantarillado público ninguna sustancia contaminante (sustancias inflamables con ácidos o alcalinos).

➤ **Permiso de funcionamiento de la Dirección Provincial de Salud de Pichincha**

Se deberá obtener el permiso de funcionamiento establecido por la Dirección del Proceso de Vigilancia de Control Sanitario, para esto se deberá cumplir los siguientes pasos:

- Solicitud para permiso de funcionamiento.
- Planilla de Inspección.
- Copia de títulos de los Profesionales Endocrinólogo y Nutricionista, (en caso de centro de reducción de peso). Médico (en caso de centro de cosmetología y estética).
- Lista de tipos de tratamiento realizados por el centro de reducción de peso, con el aval del profesional responsable.
- Copias de títulos de los profesionales de la salud (registrados en el Ministerio de Salud Pública)
- Copia título del Profesional Licenciado(a) en Educación física – gimnasios.
- Copia del Certificado del título emitido por el Conesup.
- Copia de certificado de salud ocupacional emitido por los centros de salud del Ministerio de Salud (el certificado de salud tiene validez por 1 año desde su emisión)
- Copia de la Cédula.
- Certificado de Votación del propietario.

- Copia del RUC del establecimiento.
- Certificado de Funcionamiento del Cuerpo de Bomberos.

➤ **Registro Patronal**

A continuación se detallan los requisitos que el patrono necesita para obtener el registro patronal en el Instituto de Seguridad Social IESS:

1. Contrato de trabajo inscrito en la Inspección de Trabajo.
2. Cedula de identidad del representante de la compañía y papeleta de votación.
3. RUC de la compañía.
4. Copia de pago de teléfono o luz⁵¹.

El empleador está obligado a registrar al trabajador, a través de la página web del IESS, desde el primer día de labor y dentro de los 15 días siguientes al inicio de la relación laboral.

⁵¹ IESS. Instituto de Seguridad Social. [<http://www.iess.gov.ec/site.php?content=1336-empleadores>].

CAPÍTULO IV

4. ESTUDIO TÉCNICO

4.1 OBJETIVO GENERAL

Explicar los aspectos técnicos requeridos para la creación del Centro Terapéutico de Medicina Alternativa y Spa.

4.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Establecer el tamaño óptimo del Centro Terapéutico de Medicina Alternativa y Spa a fin de justificar la producción de acuerdo al número de clientes que tendrá el Centro.
- Determinar la localización óptima, ingeniería del proyecto y proceso de operación.
- Identificar el tipo de equipo y maquinaria que se va a utilizar.
- Diseñar la distribución de la planta.

4.3 TAMAÑO DEL PROYECTO

“El tamaño óptimo de un proyecto es su capacidad instalada, y se expresa en unidades de producción por año. Se considera óptimo cuando opera con los menores costos totales o la máxima rentabilidad económica.”⁵²

Además de definir el tamaño de un proyecto de la manera descrita existen factores que contribuyen con la capacidad productiva como: el diseño del servicio, las habilidades del personal, el proceso productivo y la distribución de la planta es decir si el diseño del servicio permite una fácil producción del servicio y si se cuenta con personal calificado, consecuentemente la capacidad del proyecto aumentará.

⁵² BACA, Gabriel. Óp. Cit. p. 85.

Por esta razón a fin de precisar la capacidad de producción más adecuada y lograr optimización, a continuación se realizará un estudio de los factores determinantes que inciden en la determinación del tamaño óptimo de un proyecto.

4.3.1 FACTORES DETERMINANTES DEL TAMAÑO DEL PROYECTO

La importancia de determinar el tamaño del proyecto se manifiesta en su incidencia sobre el nivel de las inversiones y costos que determinarán la capacidad de producción y que tienen relación directa sobre la estimación de la rentabilidad que podría generar su implementación.

- **El Mercado**

La demanda es uno de los factores más importantes para condicionar el tamaño de un proyecto. El mercado corresponde a personas que residen en el Distrito Metropolitano de Quito propiamente en la zona Sur, de género femenino y masculino, de 18 años de edad en adelante, pertenecientes a la clase C (medio), D (medio bajo), con ingresos mensuales por familia igual o mayor a \$1.092,36 dólares. Tomando en cuenta que son personas con un estilo de vida agitado y estresado quienes buscan un lugar que contribuya a mejorar su salud y apariencia personal.

De acuerdo con la información obtenida en el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, la Dirección Metropolitana de Planificación Territorial y de la Cámara de Comercio de Quito, la zona Sur en los últimos 5 años experimentó un aumento de más de 20.000 habitantes, sobre todo Quitumbe y Turubamba se cuadruplicaron con un aumento superior al 10% anual, dando lugar a la generación de aglomeración y estrés; así, el Centro Terapéutico de Medicina Alternativa y Spa puede ser la opción para aliviarse del estrés en un lugar agradable sin alejarse de la ciudad.

- **Disponibilidad de Recursos Financieros**

Debido al monto de inversión que necesita la implementación del Centro Terapéutico de Medicina Alternativa y Spa, los recursos económicos provendrán de un capital propio, aporte de accionistas y un préstamo, es decir que se buscarán formas de

financiar el proyecto a través de fuentes privadas del Sistema Financiero Nacional. El valor del crédito será utilizado para cubrir costos de las inversiones formadas por activos fijos, diferidos y capital de trabajo. La entidad financiera que otorgará el préstamo será el Banco de Pichincha, debido a la facilidad de acceder a un crédito por ser clientes desde años atrás sin tener problema alguno.

Entidad Financiera: Banco Pichincha

Tasa de interés: 14%

Monto: 50.000,00

Plazo: 5 Años

Requisitos:

- ✓ Solicitud del Crédito.
- ✓ No estar reportado en la Central de Riesgos.
- ✓ Rol de pagos.
- ✓ Certificados de Ingresos.
- ✓ Copias de cédulas de identidad de los participantes.
- ✓ Impresión de la cotización de crédito firmada por el cliente.
- ✓ Presentar garantías.

▪ **Disponibilidad de Mano de Obra**

El talento humano es de vital importancia para la prestación de las diferentes terapias y tratamientos, ya que de ellos dependerá la calidad del servicio. En la prestación directa del servicio trabajarán 7 personas:

- ✓ (1) Médico
- ✓ (3) Terapeutas
- ✓ (1) Instructor de Pilates y Power latino
- ✓ (1) Cosmetóloga
- ✓ (1) Auxiliar de Cosmetología

Cabe mencionar que en Brío SPA Terapéutico existirá personal que no intervendrá directamente en la prestación del servicio pero su colaboración es de gran importancia, a continuación se los detalla:

- ✓ (1) Administrador
- ✓ (1) Contador
- ✓ (1) Recepcionista/ Secretaria
- ✓ (1) Ayudante de Cocina
- ✓ (1) Ayudante de Limpieza
- ✓ (1) Guardia

▪ **Disponibilidad de Insumos y Materiales**

Los insumos que se requiere para la realización de las diferentes terapias y tratamientos son sencillos de conseguir, estos materiales serán encontrados en lugares como:

MONTERO: Empresa que ofrece equipos y herramientas para Centros de Belleza, Spa's, Cuidado Personal y negocios de Preparación de Alimentos.

RCH COSMETICA S.A.: Empresa Ecuatoriana que se dedica a la fabricación y comercialización de productos cosméticos para el mercado nacional, conservando en sus productos la marca comercial René Chardon.

AMAZON AROMA: Empresa Cuencana que se dedica a la comercialización de productos como esencias, aceites, sales de baño, velas entre otros.

▪ **Disponibilidad de Tecnología**

En cuanto a la tecnología, para las terapias de hidroterapia se requerirá de ciertos equipos específicos sobre todo para el sistema de calentamiento para la piscina,

hidromasaje, baño sauna, baño turco, baños de cajón y ducha Vichy, estos equipos serán adquiridos e instalados por la empresa Hidromaxi la misma que cuenta con la experiencia necesaria en la implementación de este tipo de maquinarias.

Para los tratamientos de estética y belleza los principales proveedores serán Dermalia S.A y Montero, empresas que proveen equipos de estética y SPA.

Y para la prestación del servicio de pilates y power latino el proveedor tanto para equipos como para accesorios será Fitness Shop.

▪ Superficie del proyecto

El área total del Centro Terapéutico de Medicina Alternativa y Spa, aproximadamente alcanzará los 1.064,50 m², los cuales se detallan en la distribución de la planta.

4.3.2 DETERMINACIÓN DE TIEMPOS DEL SERVICIO

"Una de las formas de determinar el tamaño óptimo de la planta es conocer y calcular tiempos predeterminados del proceso, estos ayudarán a obtener el menor costo en el menor tiempo posible, a la vez que facilitarán el diseño de la planta".⁵³

La determinación de tiempos se realizó con el fin de calcular una muestra de las actividades que se realizarán al aplicar terapias alternativas y tratamientos de tipo estético a fin de fijar un tiempo estándar, cabe mencionar que este tiempo será más preciso según el entrenamiento y experiencia del personal encargado.

Los cuadros que se muestran a continuación representan el proceso de producción de cada una de las terapias alternativas y tratamientos estéticos junto con el tiempo mínimo, normal y máximo.

⁵³ BACA, Gabriel. Op. Cit. p. 92.

Cuadro No.39
PROCESO / TIEMPO - SERVICIO ACUPUNTURA

ACTIVIDAD	Tiempo (minutos)		
	Mínimo	Normal	Máximo
Recepción del Cliente	2	3	5
Diagnóstico de trastornos físicos y emocionales	4	6	8
Examen físico a través del pulso y la lengua	5	8	10
Diagnostico de la enfermedad	2	3	5
Escoger equipo necesario	2	4	6
Inicio de la terapia	15	19	25
Finalización	1	2	3
Total Minutos	31	45	62

Fuente: Investigación de Campo.

Elaborado por: María Augusta Semanate H.

El tiempo mínimo, normal y máximo para realizar una sesión de acupuntura se ha definido en 31, 45 y 62 minutos, respectivamente.

Cuadro No.40
PROCESO / TIEMPO - SERVICIO HIDROTERAPIA

ACTIVIDAD	Tiempo (minutos)		
	Mínimo	Normal	Máximo
Recepción del Cliente	2	3	4
Explicación de la terapia y sus beneficios	3	5	6
Selección de la terapia con agua	1	3	4
Selección de aroma	2	3	4
Preparación del cliente	2	3	4
Utilización de la piscina a chorros	8	10	12
Utilización de hidromasaje	6	10	12
Sesión de baño turco y sauna	10	17	19
Ducha de lluvia a presión	7	11	12
Seguimiento y control de la terapia	6	8	10
Finalización	1	2	3
Total Minutos	48	75	90

Fuente: Investigación de Campo.

Elaborado por: María Augusta Semanate H.

El tiempo mínimo, normal y máximo para realizar un circuito de hidroterapia se ha definido en 48, 75 y 90 minutos, respectivamente.

Cuadro No.41
PROCESO / TIEMPO - SERVICIO MASAJES TERAPÉUTICOS

ACTIVIDAD	Tiempo (minutos)		
	Mínimo	Normal	Máximo
Recepción del Cliente	1	2	3
Dirigir al cliente a la sala de masajes	1	2	4
Explicación de la terapia y sus efectos	3	5	8
Esperar que el cliente esté listo	3	4	5
Selección del tipo de masaje	2	3	4
Selección de aroma y música	2	3	4
Preparación del masaje	2	3	4
Aplicación de aceites	3	5	6
Inicio de la terapia	20	25	35
Finalización	2	3	4
Total Minutos	39	55	77

Fuente: Investigación de Campo.

Elaborado por: María Augusta Semanate H.

El tiempo mínimo, normal y máximo para realizar una sesión de masajes terapéuticos se ha definido en 39, 55 y 77 minutos, respectivamente.

Cuadro No.42
PROCESO / TIEMPO - SERVICIO BAÑOS DE CAJÓN

Actividades	Tiempo Minutos		
	Mínimo	Normal	Máximo
Recepción del Cliente	1	2	4
Explicación de la terapia y sus beneficios	4	5	6
Inicio de la terapia	1	2	3
Cliente entra al cubículo y se mantiene sentado con la cabeza al exterior	6	8	10
Seguimiento de la terapia e hidratación al cliente	1	2	3
Cliente se somete a un chorro de agua fría	1	2	3
Cliente regresa al cajón	1	2	3
Se mantiene sentado con la cabeza al exterior	5	6	4
Seguimiento de la terapia e hidratación al cliente	1	2	3
Cliente se somete a un chorro de agua fría	1	2	3
Cliente regresa al cajón	1	2	3
Se mantiene sentado con la cabeza al exterior	3	4	6
Seguimiento de la terapia e hidratación al cliente	1	2	3
Cliente se somete a un chorro de agua fría	1	2	3
Finalización	1	2	3
Total Minutos	29	45	60

Fuente: Investigación de Campo.

Elaborado por: María Augusta Semanate H.

El tiempo mínimo, normal y máximo para realizar una sesión baños de cajón se ha definido en 29, 45 y 60 minutos, respectivamente.

Cuadro No.43
PROCESO / TIEMPO - SERVICIO REFLEXOLOGÍA

Actividades	Tiempo Minutos		
	Mínimo	Normal	Máximo
Recepción del Cliente	2	3	5
Explicación de la terapia y sus efectos	3	5	7
Selección de aroma y música	1	2	3
Preparación del masaje	4	5	6
Inicio de la terapia	15	20	25
Finalización	1	2	3
Total Minutos	26	37	49

Fuente: Investigación de Campo.

Elaborado por: María Augusta Semanate H.

El tiempo mínimo, normal y máximo para realizar una sesión de reflexología ha definido en 26, 37 y 49 minutos, respectivamente.

Cuadro No.44
PROCESO / TIEMPO - SERVICIO PILATES Y POWER LATINO

Actividades	Tiempo Minutos		
	Mínimo	Normal	Máximo
Recepción del Cliente	2	3	5
Selección del tipo de servicio	3	4	5
Preparación del cliente	2	3	4
Meditación y Relajación	5	6	7
Escoger material necesario	4	5	6
Inicio de la terapia	30	37	40
Finalización	1	2	3
Total Minutos	47	60	70

Fuente: Investigación de Campo.

Elaborado por María Augusta Semanate H.

El tiempo mínimo, normal y máximo para realizar una sesión de pilates / power latino se ha definido en 47, 60 y 70 minutos, respectivamente.

Cuadro No.45
PROCESO / TIEMPO - SERVICIO TRATAMIENTOS FACIALES

Actividades	Tiempo (minutos)		
	Mínimo	Normal	Máximo
Recepción del Cliente	1	2	4
Análisis y diagnóstico	3	4	6
Otorgar una bata al cliente	1	2	3
Esperar que el cliente esté listo	2	3	4
Dirigir al cliente hasta el equipo	1	2	3
Selección de insumos	2	3	4
Limpieza facial	5	7	9
Exfoliación	6	7	8
Retirar la exfoliación con una toalla húmeda	3	4	5
Aplicación de una mascarilla herbal	4	5	7
Dejar que los beneficios de la mascarilla sean absorbidos	4	6	8
Retirar la mascarilla	2	3	4
Nutrir la piel con cremas	3	5	7
Finalización	1	2	3
Total Minutos	38	55	75

Fuente: Investigación de Campo.

Elaborado por: María Augusta Semanate H.

El tiempo mínimo, normal y máximo para realizar una sesión de tratamientos faciales se ha definido en 38, 55 y 75 minutos, respectivamente.

Cuadro No.46
PROCESO / TIEMPO - SERVICIO DEPILACIÓN

Actividades	Tiempo Minutos		
	Mínimo	Normal	Máximo
Recepción del Cliente	2	3	5
Limpieza de la piel	3	5	8
Preparación del material	4	5	6
Colocación de la cera	3	5	6
Inicio de la depilación	9	15	19
Hidratación de la piel	4	5	6
Finalización	1	2	3
Total Minutos	26	40	53

Fuente: Investigación de Campo.

Elaborado por: María Augusta Semanate H.

El tiempo mínimo, normal y máximo para realizar una sesión de depilación se ha definido en 26, 40 y 53 minutos, respectivamente.

Cuadro No.47
PROCESO / TIEMPO - SERVICIO TRATAMIENTOS CORPORALES

Actividades	Tiempo (minutos)		
	Mínimo	Normal	Máximo
Recepción del Cliente	2	3	5
Análisis y diagnóstico	3	5	7
Otorgar una bata al cliente	1	2	3
Esperar que el cliente esté listo	2	3	4
Dirigir al cliente hasta la equipo	1	2	3
Selección de insumos	2	3	4
Limpieza corporal	6	8	9
Realizar una exfoliación	5	8	10
Retirar la exfoliación con una toalla húmeda	4	6	8
Aplicación de una envoltura de chocolate o parafango	5	6	8
Envolver al cuerpo con vendas	3	4	5
Dejar que los beneficios de la envoltura sean absorbidos	6	7	9
Realización de un masaje anti estrés	4	5	6
Acompañar a que el cliente tome un baño y retire los residuos	4	6	7
Finalización	1	2	3
Total Minutos	49	70	91

Fuente: Investigación de Campo.

Elaborado por: María Augusta Semanate H.

El tiempo mínimo, normal y máximo para realizar una sesión de tratamientos corporales se ha definido en 49, 70 y 91 minutos, respectivamente.

Cuadro No.48
PROCESO / TIEMPO - SERVICIO MANICURE

Actividades	Tiempo Minutos		
	Mínimo	Normal	Máximo
Recepción del Cliente	1	2	3
Relajación con agua caliente de manos	4	5	7
Limpieza de impurezas	3	4	5
Tratamiento con exfoliante	2	3	6
Selección del color de uñas y modelo	1	2	3
Pintado de uñas	7	8	9
Finalización	1	2	3
Total Minutos	19	25	36

Fuente: Investigación de Campo.

Elaborado por: María Augusta Semanate H.

El tiempo mínimo, normal y máximo para realizar el servicio de manicure se ha definido en 19, 25 y 36 minutos, respectivamente.

Cuadro No.49
PROCESO / TIEMPO - SERVICIO PEDICURE

Actividades	Tiempo Minutos		
	Mínimo	Normal	Máximo
Recepción del Cliente	1	2	3
Relajación con agua caliente de pies	4	6	7
Limpieza de impurezas	3	6	7
Tratamiento con exfoliante	2	4	6
Selección del color de uñas y modelo	1	2	3
Pintado de uñas	7	8	9
Finalización	1	2	3
Total Minutos	19	30	38

Fuente: Investigación de Campo.

Elaborado por: María Augusta Semanate H.

El tiempo mínimo, normal y máximo para realizar el servicio de pedicure se ha definido en 19, 30 y 38 minutos, respectivamente.

4.3.3 OPTIMIZACIÓN DEL TAMAÑO DEL PROYECTO

Uno de los factores a tomarse en cuenta para el tamaño del proyecto es el espacio físico disponible del Centro Terapéutico de Medicina Alternativa y Spa. El área total corresponde a 1.064,50 m² que incluirán accesos, parqueadero y cerramiento. Consecuentemente, según el arquitecto diseñador de la distribución de la planta, estima que pueden circular en el área al mismo tiempo 121 personas diarias, esto en cuanto a capacidad instalada en infraestructura.

En cuanto a la capacidad de producción que va a cubrir el Centro Terapéutico de Medicina Alternativa y Spa, se calculó en base a tiempos predeterminados, esencialmente el tiempo normal de los cuadros de PROCESO/ TIEMPO, conjuntamente, con los turnos de trabajo por día que se pretende trabajar. Es importante mencionar que el tiempo de prestación del servicio depende del tipo de terapias y tratamientos que se va a realizar. En cuanto a los turnos de trabajo, de las 8 horas laborables 1 hora (60 minutos) se designó para que el personal tome sus alimentos y otros 15 minutos corresponden a los intervalos de tiempo entre cada cliente.

A continuación, se presenta la capacidad de producción mensual y anual de cada uno de los servicios:

4.3.3.1 CAPACIDAD DE PRODUCCIÓN MENSUAL Y ANUAL DEL SERVICIO DE ACUPUNTURA

**Cuadro No.50
CAPACIDAD DE PRODUCCIÓN MENSUAL Y ANUAL DEL
SERVICIO DE ACUPUNTURA**

<u>Nro. Especialistas</u>	<u>Especialista</u>	<u>Turno de Trabajo</u>	<u>Tiempo Normal del Servicio</u>	<u>No. Personas en un día</u>	<u>No. Personas semanal</u>	<u>No. de Personas mensual</u>	<u>No. de Personas anual</u>
1	Médico Acupunturista	385 min	45 min	9	45	180	2.160

Elaborado por: María Augusta Semanate H.

El Cuadro No.50 muestra la cantidad de clientes probables semanales, mensuales y anuales, que un médico especialista en acupuntura podrá atender, estos datos se obtuvieron calculando el tiempo normal que puede durar una sesión de acupuntura, de esta forma se obtuvo como resultado 45 minutos. Si se toma en cuenta que un día normal de actividades del médico especialista será de 8 horas (480min) con un periodo de descanso en el que tomará sus alimentos 60 minutos y otros 35 minutos correspondientes al receso entre cada paciente su turno de trabajo será de 385 minutos, entonces la capacidad de atención diaria será $385 \text{ min} / 45\text{min} = 9$ personas al día.

Por lo tanto un médico especialista bajo un día normal de actividades podrá atender a 9 personas diarias (entendido esto como aplicación de terapia no como una consulta médica), por tanto 45 personas semanales tomando en cuenta que el horario de atención será de lunes a viernes, 180 personas mensuales y 2.160 personas anuales.

4.3.3.2 CAPACIDAD DE PRODUCCIÓN MENSUAL Y ANUAL DEL SERVICIO DE TERAPIAS ALTERNATIVAS

**Cuadro No.51
CAPACIDAD DE PRODUCCIÓN MENSUAL Y ANUAL DEL SERVICIO
DE TERAPIAS ALTERNATIVAS**

<u>Nro. Especialistas</u>	<u>Especialista</u>	<u>Terapias Alternativas</u>	<u>Turno de Trabajo</u>	<u>Tiempo Normal del Servicio</u>	<u>No. Personas en un día</u>	<u>No. Personas semanal</u>	<u>No. Personas mensual</u>	<u>No. de Personas anual</u>
3	Terapista	Hidroterapia		75	1.155/212=5 5* 3=15	90	360	4.320
		Baños de Cajón	1.155 min	45				
		Masajes Terapéuticos		55				
		Reflexología		37				
				Σ 212 min				

Elaborado por: María Augusta Semanate H.

El Cuadro No.51 muestra la capacidad de producción semanal, mensual y anual del servicio de terapias alternativas. Para realizar este cálculo se tomó en cuenta el número de terapeutas disponibles (3) y los servicios que abarcarán, en este caso hidroterapia, baños de cajón, masajes terapéuticos y reflexología para los cuales se definió un tiempo normal de 75, 45, 55 y 37 minutos respectivamente, con una sumatoria igual a 212 minutos.

Si se toma en cuenta que un día normal de actividades de cada una de las terapeutas será de 8 horas (480min) con un periodo de descanso en el que tomarán sus alimentos 60 minutos y otros 35 minutos correspondientes al receso entre cada paciente se obtuvo que su turno de trabajo será de 385 minutos como son 3 terapeutas se obtiene un resultado de 1.155 minutos, entonces la capacidad de atención diaria será $1.155 \text{ min} / 212 \text{ min} = 5$ personas al día por terapeuta. Por lo tanto 3 terapeutas podrán atender a 15 personas diarias, 90 personas semanales tomando en cuenta que el horario de atención para la prestación de estos servicios será de martes a domingo, 360 personas mensuales y 4.320 personas anuales.

4.3.3.3 CAPACIDAD DE PRODUCCIÓN MENSUAL Y ANUAL DEL SERVICIO DE TRATAMIENTOS ESTÉTICOS

**Cuadro No.52
CAPACIDAD DE PRODUCCIÓN MENSUAL Y ANUAL DEL SERVICIO DE TRATAMIENTOS ESTÉTICOS**

<u>Nro. Especialistas</u>	<u>Especialista</u>	<u>Terapias Alternativas</u>	<u>Turno de Trabajo</u>	<u>Tiempo Normal del Servicio</u>	<u>No. Personas en un día</u>	<u>No. Personas semanal</u>	<u>No. Personas mensual</u>	<u>No. de Personas anual</u>
2	Cosmetólogas	Tratamientos Faciales		55	4*2=8	48	192	2.304
		Tratamientos Corporales	810 min	70				
		Manicure		25				
		Pedicure		30				
		Depilación		38				
				Σ 218 min				

Elaborado por: María Augusta Semanate H.

El Cuadro No.52 muestra la capacidad de producción semanal, mensual y anual del servicio de tratamientos estéticos, para realizar esta determinación se tomó en cuenta el número de cosmetólogas disponibles (2) y los servicios que abarcarán, en este caso tratamientos faciales, tratamientos corporales, depilaciones, manicure y pedicure para los cuales se definió un tiempo normal de 55, 70, 38,25 y 30 minutos respectivamente, con una sumatoria igual a 218 minutos.

Si se toma en cuenta que un día normal de actividades de cada una de las cosmetólogas será de 8 horas (480min) con un periodo de descanso en el que tomará sus alimentos 1 hora (60 minutos) y otros 15 minutos correspondiente al receso entre cada paciente se obtuvo que su turno de trabajo será de 405 minutos como son 2 cosmetólogas se obtiene un resultado de 810 minutos, entonces la capacidad de atención diaria será $810 \text{ min} / 218 \text{ min} = 4$ personas al día por terapeuta. Por lo tanto 2 cosmetólogas podrán atender a 8 personas diarias, 48 personas semanales de igual forma tomando en cuenta que el horario de atención para la prestación de estos servicios será de martes a domingo, 192 personas mensuales y 2.304 personas anuales.

4.3.3.4 CAPACIDAD DE PRODUCCIÓN MENSUAL Y ANUAL DEL SERVICIO DE PILATES Y POWER LATINO

Cuadro No.53
CAPACIDAD DE PRODUCCIÓN MENSUAL Y ANUAL DEL SERVICIO DE PILATES Y POWER LATINO

<u>SERVICIO</u>	<u>Jornada de Trabajo</u>	<u>Tiempo / jornada</u>	<u>Capacidad / jornada</u>	<u>No. Personas mensuales</u>	<u>No. Personas anuales</u>
Pilates	Mañana	1 hora	35 usuarios	140	1.680
	Tarde	1 hora	35 usuarios		
Power Latino	Mañana	1 hora	35 usuarios		
	Tarde	1 hora	35 usuarios		

Elaborado por: María Augusta Semanate H.

El Cuadro No.53 muestra la cantidad de clientes probables mensuales y anuales del servicio de pilates y power latino, para realizar esta determinación se tomó en cuenta la capacidad en infraestructura, es decir, sí la capacidad de esta área es para 35 usuarios por jornada y si se toma en cuenta que en un día entre semana existen 2 jornadas una en la mañana y una en la tarde con periodos de 2 horas (120 minutos) una hora para pilates y otra para power latino entonces se podrá atender a 140 usuarios en forma mensual y 1.680 usuarios anuales. Cabe mencionar que la forma de pago de este servicio será en forma mensual con un máximo de 35 usuarios por clase.

4.3.4 CAPACIDAD DE PRODUCCIÓN MENSUAL Y ANUAL DEL SERVICIO

El cuadro que se muestra a continuación, representa la capacidad de producción de servicio en forma mensual y anual de los principales servicios que ofrecerá el Centro Terapéutico de Medicina Alternativa y SPA, consecuentemente se calcula que podrá atender aproximadamente a 10.464 personas en forma anual lo que representa el 7,6 % de la demanda actual (137.735 dato calculado en el Estudio Mercado). Esta cifra si se utiliza la capacidad máxima, sin embargo en la práctica se trabajará con un criterio conservador.

Cuadro No.54
CAPACIDAD DE PRODUCCIÓN MENSUAL Y ANUAL
DEL SERVICIO

<u>SERVICIOS</u>	<u>No. Personas Mensuales</u>	<u>No. Personas Anuales</u>
Acupuntura	180	2.160
Terapias Médicas Alternativas	360	4.320
Tratamientos Estéticos	192	2.304
Pilates - Power Latino	140	1.680
TOTAL	872	10.464

Elaborado por: María Augusta Semanate H.

4.3.5 PORCENTAJE DE CAPTACIÓN DE DEMANDA SEGÚN LA CAPACIDAD DE PRODUCCIÓN DEL SERVICIO

De acuerdo a la capacidad de producción del servicio, el Centro Terapéutico de Medicina Alternativa y Spa en sus inicios podrá atender al 7,6% de toda la demanda anual, sin embargo tiene proyectado un incremento del 1% anual, llegando al año 2015 a cubrir el 8% de la demanda, equivalente a 11.760 clientes.

Cuadro No.55
PORCENTAJE DE CAPTACIÓN DE DEMANDA SEGÚN
LA CAPACIDAD DE PRODUCCIÓN DEL SERVICIO

<u>Año</u>	<u>Demanda Actual</u>	<u>No. Visitantes Anual</u>	<u>% Visitantes Anual</u>
2010	137.735	10.464	7,6
2011	139.594	10.711	7,7
2012	141.479	10.964	7,7
2013	143.389	11.224	7,8
2014	145.325	11.489	7,9
2015	147.287	11.760	8,0

Elaborado por: María Augusta Semanate H.

4.3.6 NÚMERO Y PORCENTAJE DE CLIENTES QUE ACEPTAN SERVICIOS Y PRODUCTOS

Acorde a la capacidad instalada, el Centro Terapéutico de Medicina Alternativa y Spa podrá cubrir el 7,6% de la demanda actual de la zona Sur de Quito (Ver Cuadro No.55), es decir 10.464 personas al año; sin embargo la aceptación de cada una de las terapias y tratamientos según la encuesta es diferente, por tanto se ha calculado de acuerdo a estos porcentajes conjuntamente con el número mínimo de sesiones que un cliente puede recibir, ya que como se explicó anteriormente (Capítulo II, Identificación del Servicio) el especialista realizará un plan de trabajo de acuerdo al tipo de enfermedad o necesidad, lo que requerirá de varias sesiones para ver mejorías, por lo que se ha determinado un número mínimo de sesiones. A continuación, se muestra el cuadro de número y porcentaje de clientes que aceptan el servicio conjuntamente con el número mínimo de sesiones:

Cuadro No.56
CUADRO NÚMERO Y PORCENTAJE DE CLIENTES QUE ACEPTAN EL SERVICIO

<u>Tipo de Ingresos</u>		<u>% Aceptación del S/P</u>	<u>Cap. Máxima Mensual</u>	<u>Cant. Mensual Estimada</u>	<u>No. Mínimo de Sesiones por Cliente</u>	<u>Total Año 1</u>
<u>Ingresos por Servicios</u>						
Medicina Alternativa	Acupuntura	12,61%	180	23	4	1.104
Terapias Médicas Alternativas	Hidroterapia 16,62%	53,87%	360	194	5	11.640
	Baños de Cajón 6,16%					
	Masajes Terapéuticos 14,76%					
	Reflexología 7,59%					
	Aromaterapia, Cromoterapia, Musicoterapia. 8,74%					
Acondicionamiento Físico	Pilates	9,89%	140	14	1	168
	Power Latino					
Tratamientos Estéticos	Tratamientos Faciales	9,03%	192	17	6	1.224
	Tratamientos Corporales					
	Belleza					

Elaborado por: María Augusta Semanate H.

Por otro lado, cabe señalar que el Centro Terapéutico de Medicina Alternativa y Spa tendrá a disposición de los clientes productos en la sala de té y productos para el cuidado en casa, sin embargo estos productos no fueron planteados en la encuesta ya

que son servicios adicionales que brindará la empresa a fin de brindar un servicio completo. Por tanto la base de cálculo fue la siguiente:

Productos Sala de Té

Para determinar la capacidad de producción en la sala de té primero fue necesario estipular los productos que se venderán en el Centro Terapéutico de Medicina Alternativa y Spa, simultáneamente fueron los más demandados en centros de la competencia, por tanto el porcentaje de unidades vendidas ha sido tomado a través de datos proporcionados por Senti2, Fuente de Vida Spa y otros.

**Cuadro No.57
PRODUCTOS DE VENTA EN
LA SALA DE TÉ**

	Producto	Porcentaje
Bebidas	Limonadas	25,35
	Agua	8,86
	Sodas Dietéticas	6,90
	Café	2,12
	Jugos Naturales	9,03
	Té	2,45
Sánduche	Sánduche de queso	4,83
	Sánduche de jamón	3,87
	Sánduche mixto	11,20
Golosina	Ensalada de Frutas	15,36
	Postre	7,03
	Snacks	3,00
TOTAL		100%

Fuente: Investigación de Mercados.

Elaborado por: María Augusta Semanate H.

Una vez determinado el porcentaje de los productos más demandados en centros de la competencia y tomando en cuenta que estos serán los productos que venderá la empresa, el cuadro No.58 que se muestra a continuación muestra la cantidad de producción mensual en el área de la sala de té.

Cuadro No.58
CANTIDAD MENSUAL ESTIMADA SALA DE TÉ

<u>Producto</u>	<u>Unidad de Medida</u>	<u>Porcentaje de aceptación</u>	<u>Cantidad Mensual Estimada</u>
Limónada	Jarra	25,35	55
Jugo Natural	Vaso	8,86	19
Soda	Botella (250 ml)	6,9	15
Agua	Botella (500 cm ³)	2,12	5
Té	Taza	9,03	20
Café	Taza	2,45	5
Sánduche Mixto	Unidad	4,83	11
Sánduche Queso	Unidad	3,87	8
Sánduche Jamón	Unidad	11,2	24
Ensalada de Frutas	Unidad	15,36	33
Postres	Unidad	7,03	15
Snacks	Unidad	3,00	7
Total		100%	218

Elaborado por: María Augusta Semanate H.

El valor utilizado para obtener la cantidad de productos para la venta es el 25%⁵⁴ de la capacidad de producción total del servicio en cuanto a terapias y tratamientos es decir: el 25% de 872 = 218 y se usa el porcentaje de los productos más demandados en centros de la competencia. Cabe mencionar que estos cálculos son un escenario conservador con respecto a la realidad de algunos centros que brindan servicios similares. Además se calculó los productos en unidades tomando en cuenta que cada cliente consumirá por lo menos un producto.

Productos Sugeridos en Servicios

Se refiere a los productos que el centro tendrá de venta como esencias, inciensos, cds de música instrumental, cremas para pies cansados, cremas con mineral terapéutico y cremas exfoliantes. Para determinar la cantidad mensual estimada se determinó un número de clientes por mes.

⁵⁴ El 25% es una cifra que se determinó en base a una apreciación conjunta es decir: a través de una investigación de campo en centros de la competencia y en base a un dictamen propio.

Cuadro No.59
CANTIDAD MENSUAL ESTIMADA
SUGERIDOS EN SERVICIOS

Otros Productos	Clientes por Mes
Esencias	5
Inciensos	3
CD música instrumental	3
Crema para pies cansados	4
Crema con mineral terapéutica	3
Crema exfoliante corporal	3

Fuente: Shambala Spa.

Elaborado por: María Augusta Semanate H.

Paquetes

El paquete promocional es un servicio que consiste en un circuito termal personalizado a cargo de un especialista que durará una hora y media comienza con:

- La utilización de la piscina recorriendo los 4 chorros para cervical y lumbares.
- Luego pasará a una cama con múltiples chorros para la espalda esto con el uso de la ducha vichy la cual ayuda a que los músculos se relajen y las tensiones desaparezcan.
- Posteriormente el paciente visitará el baño turco que es un espacio húmedo con aromaterapia indicado para la limpieza de las vías respiratorias.
- Luego se aplicará un masaje relajante.
- Finalmente se acompañará al cliente a la sala de té para que disfrute de un refrigerio (ensalada de frutas).

Se estima que el 3% de las personas que están dispuestas a utilizar el servicio de terapias alternativas (194) estarán dispuestas a utilizar el servicio de paquetes, es decir 6 personas al mes.

Cuadro No.60
CANTIDAD MENSUAL ESTIMADA PAQUETES

<u>Paquete Promocional</u>	<u>Cantidad Mensual Estimada Terapias Alternativas</u>	<u>% Estimado de Aceptación</u>	<u>Cantidad Mensual Estimada</u>
Piscina con 4 chorros Ducha vichy Baño turco Masaje relajante Limpieza facial básica Refrigerio	194	3%	6

Fuente: Cuadro No.56

Elaborado por: María Augusta Semanate H.

Una vez determinado el número de personas que estarían dispuestos a utilizar los servicios y productos del Centro Terapéutico de Medicina Alternativa y Spa a continuación se muestra un resumen:

Cuadro No.61
NÚMERO Y PORCENTAJE DE CLIENTES QUE ACEPTAN SERVICIOS Y PRODUCTOS DEL CENTRO TERAPÉUTICO DE MEDICINA ALTERNATIVA Y SPA

SERVICIOS Y PRODUCTOS		Porcentaje Aceptación del S/P	Cap. Máxima Mensual	Cap. Mensual Prevista	Número Mínimo de Sesiones por Cliente	Total Año 1
SERVICIOS						
Medicina Alternativa	Acupuntura	12,61%	180	23	4	1.104
Terapias Médicas Alternativas	Hidroterapia 16,62%	53,87%	360	194	5	11.640
	Baños de Cajón 6,16%					
	Masajes Terapéuticos 14,76%					
	Reflexología 7,59%					
	Aroma. Cromo. Musicot. 8,74%					
Acondicionamiento Físico	Pilates	9,89%	140	14	1	168
	Power Latino					
Tratamientos Estéticos	Tratamientos Faciales	9,03%	192	17	6	1.224
	Tratamientos Corporales					
	Belleza					
PRODUCTOS						
Sala de Té	Limonadas			55		660
	Agua			19		228
	Sodas Dietéticas			15		180
	Café			5		60
	Jugos Naturales			20		240
	Té			5		60
	Sánduche de queso			11		132
	Sánduche de jamón			8		96
	Sánduche mixto			24		288
	Ensalada de Frutas			33		396
	Postre			15		180
	Snacks			7		84
Productos Sugeridos en Servicios	Esencias			5		60
	Inciensos			3		36
	CD música instrumental			3		36
	Crema para pies cansados			4		48
	Crema con mineral terapéutica			3		36
	Crema exfoliante corporal			3		36
Paquete						
Paquete Promocional	Piscina con 4 chorros Ducha vichy Baño turco Masaje relajante Limpieza facial básica Refrigerio	3%	194	6		72

Elaborado por: María Augusta Semanate H.

4.4 LOCALIZACIÓN ÓPTIMA⁵⁵ DEL PROYECTO

*"Consiste en identificar el lugar ideal para la implementación del proyecto"*⁵⁶.

La selección de la localización del proyecto se define en dos ámbitos: el de la macrolocalización donde se elige la región o zona más atractiva para el proyecto y el de microlocalización, que determina el lugar específico donde se instalará el proyecto.

Nota: El procedimiento que se realizará a continuación representa únicamente un método de justificación de por qué ubicar el proyecto en determinado lugar. Cabe señalar que para el presente estudio se cuenta con el espacio físico requerido, propiedad de la autora de esta investigación. Por otro lado, en el estudio que se realiza a continuación se analiza la zona y el sector donde está ubicado el terreno.

4.4.1 MACROLOCALIZACIÓN

La selección de la macrolocalización permite determinar la región o zona en la que el proyecto tendrá influencia con el medio. El Centro Terapéutico de Medicina Alternativa y Spa estará ubicado en el Distrito Metropolitano de Quito y en un sondeo previo realizado a la población involucrada, se destacó 3 zonas: zona Norte, zona Sur y los Valles, seleccionadas como aceptables para la ubicación del futuro proyecto. Para determinar la zona, se analizaron los siguientes factores:

4.4.1.1 FACTORES DE MACROLOCALIZACIÓN

- **Disponibilidad de Terreno**

Tomando en cuenta los requerimientos de infraestructura que necesita la implementación del Centro Terapéutico de Medicina Alternativa y Spa, es necesario disponer de un lugar amplio para su construcción.

⁵⁵ El término óptimo será utilizado en el contexto como la mejor elección bajo las condiciones en las cuales se toma la decisión.

⁵⁶ BACA, Gabriel. Op. Cit.p.107.

- **Disponibilidad de Recursos**

La disponibilidad de recursos es relevante porque se debe tomar en cuenta que exista personal capacitado y que los insumos y materia prima estén disponibles en las tres zonas.

- **Poder Adquisitivo**

Los servicios que ofrecerá el Centro Terapéutico de Medicina Alternativa y Spa estarán dirigidos a personas con un ingreso por familia igual o mayor a 1.092,36 dólares.

4.4.1.2 SELECCIÓN DE ALTERNATIVA ÓPTIMA DE MACROLOCALIZACIÓN

El crecimiento del Distrito Metropolitano de Quito, principalmente de la zona Sur es notorio, el proceso de urbanización apuntó a satisfacer necesidades de vivienda para posteriormente continuar con la implementación de equipamiento destinado a mejorar la calidad de vida de la población a través de áreas recreacionales, de formación y de capacitación.

De esta manera, la zona Sur, es un sector que está creciendo a nivel demográfico y económico, que aunque no tiene el mismo estilo de vida que tienen otros sectores, es un sector atractivo debido a los niveles de consumo que genera.

Por otra parte, se puede observar la carencia de estos sitios que brindan salud y relajación en la zona y consecuentemente al realizar la investigación de mercados se pudo apreciar la gran acogida que tuvo la propuesta. Por esta razón, inicialmente en la delimitación del problema ya se especificó que la zona Sur es la mejor opción, este criterio se estableció en base a un previo sondeo de mercado.

El método que se presenta a continuación es un método de justificación de por qué se ubica el proyecto en determinado lugar.

4.4.1.3 MÉTODO CUALITATIVO POR PUNTOS

“Este método consiste en definir los factores determinantes de una localización, para asignarles valores ponderados de peso relativo, de acuerdo con la importancia que se le atribuye.”⁵⁷

El Centro Terapéutico de Medicina Alternativa y Spa tomará en cuenta los siguientes factores:

- Disponibilidad de Terreno
- Disponibilidad de Recursos
- Poder Adquisitivo

A partir de ello se procedió a asignar un peso a cada uno, (véase cuadro siguiente). En primer lugar disponibilidad de terreno (45%), seguido por disponibilidad de recursos (30%) y poder adquisitivo (25%).

Junto al peso relativo de cada factor se asigna una calificación del 0 al 10 a cada una de las zonas, siendo 10 la más óptima y 0 la menos indicada. La suma de mayor calificación ponderada es la mejor localización.

Cuadro No.62
Matriz Macrolocalización

SECTOR	Norte			Sur		Valles	
	PESO	Calificación	Ponderación	Calificación	Ponderación	Calificación	Ponderación
Disponibilidad de Terreno	0,45	6	2,70	9	4,05	8	3,60
Disponibilidad de Recursos	0,30	8	2,40	9	2,70	7	2,10
Poder Adquisitivo	0,25	8	2,00	7	1,75	9	2,25
TOTAL	1		7,10		8,50		7,95

Elaborado por: María Augusta Semanate H.

De acuerdo al cuadro No. 62 la alternativa que tiene mayor ponderación es la del Sector Sur de Quito, aunque no con una gran diferencia, el factor determinante en este resultado fue el costo del terreno.

⁵⁷ SAPAG CHAIN, Nassir. Op. Cit.p.196

El costo del terreno se calificó de acuerdo a su costo comercial, tomando en cuenta que según la Dirección de Avalúos y Catastros del Municipio de Quito el valor comercial del suelo en el Norte y los valles es mucho más alto que en la zona Sur, principalmente en lugares como el Batán, Quito Tennis, El Bosque, La Carolina y el Valle de Cumbayá⁵⁸. Para este estudio una gran oportunidad es contar con el terreno.

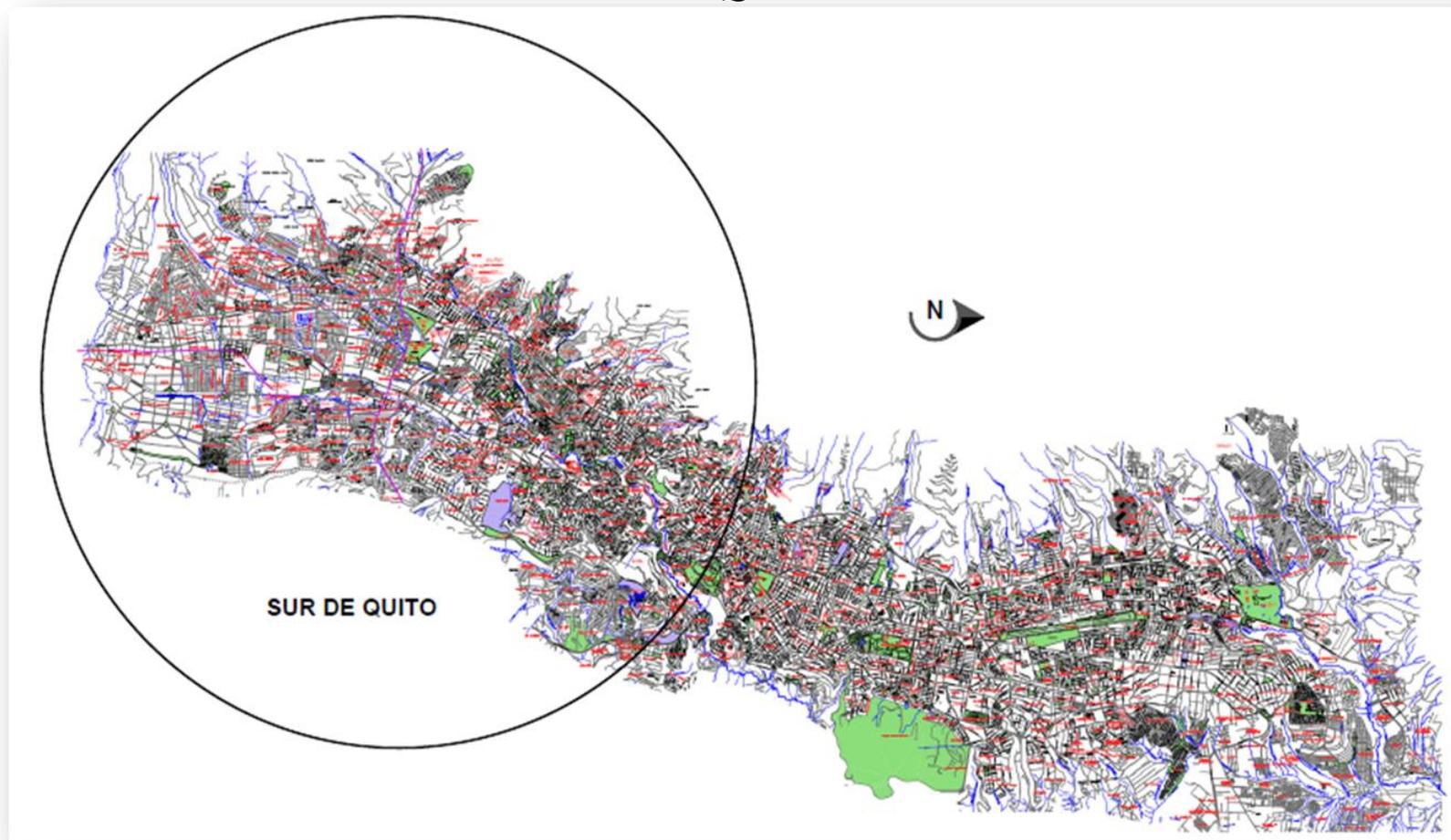
En cuanto a disponibilidad de recursos para el sector Norte, Sur y los Valles se fijó una ponderación de 8, 9 y 7 puesto que en lo referente al espacio el crecimiento comercial puede dificultará encontrar un espacio adecuado para la construcción del centro; sin embargo, en la zona Sur existen zonas en crecimiento donde existe mayores posibilidades de encontrar espacios físicos, y es precisamente en este lugar donde se encuentra ubicado el terreno propuesto. En lo referente a los insumos estos se los puede encontrar en los tres sitios sin dificultad, pero en la zona de los Valles con precios más altos debido a las condiciones del sector. La disponibilidad de mano de obra que existe en el Distrito Metropolitano de Quito es amplia tanto de personal para la construcción del proyecto como para la prestación directa del servicio.

En cuanto al factor de poder adquisitivo en la zona de los Valles se lo calificó con la mayor ponderación debido a las condiciones económicas del sector ya que allí se ubican grandes urbanizaciones formadas por empresarios reconocidos, extranjeros y otros.

⁵⁸ Municipio del Metropolitano de Quito. *Valor del Suelo en el Distrito Metropolitano de Quito*. [http://www4.quito.gov.ec/spirales/9_mapas_tematicos/9_7_economia/9_7_2_1.html].

4.4.1.4 PLANO DE MACROLOCALIZACIÓN

Gráfico No.22
Plano de Quito



Fuente: Investigación de Campo.

Elaborado por: María Augusta Semanate H.

4.4.2 MICROLOCALIZACIÓN

El análisis de la microlocalización permitió establecer el sitio preciso para la ubicación del Centro Terapéutico de Medicina Alternativa y Spa dentro de la macrolocalización escogida.

4.4.2.1 FACTORES DE MICROLOCALIZACIÓN

- **Área de Construcción**

El área de construcción es un factor esencial ya que debido a la oferta del servicio se requerirá de un equipamiento y distribución específica que permita integrar espacios de salud, belleza y bienestar, lo cual exige un área de construcción grande, por lo que es necesario contar con un lugar que cuente con la capacidad de espacio suficiente.

- **Poder adquisitivo del área de clientes**

Los servicios que brindará el Centro Terapéutico de Medicina Alternativa y Spa están dirigidos a personas de clase media (C) y media baja (D), ya que según datos de los índices estadísticos del Ecuador, en el sector Sur no existe el nivel socioeconómico alto medio alto (AB) esto no significa que exista carencia de dinero y riqueza en este sector, sino a un problema económico cultural, relacionado con el estilo de vida de la población. Conjuntamente se puede notar que a diferencia del sector Norte en donde el estatus se marca por barrios, en el Sur no existe estatus entre barrios, ya que en la misma cuadra de un barrio puede existir una familia con altos ingresos económicos y otra con bajos ingresos.

- **Competencia en el área**

En base a los resultados obtenidos en la Investigación de Mercados, se observa que en la zona Sur existen pocos sitios que brindan salud y relajación a diferencia de la zona Norte y los Valles (Ver Anexo No.2 y No.3). Estos sitios se encuentran ubicados en sectores como La Magdalena, La Villaflora, La Biloxi y La Mascota.

- **Preferencias Administrativas**

Se basa en establecer la planta de operación en un lugar donde los administradores o dueños de la empresa requieren ubicarla por conveniencia, en el caso del Centro Terapéutico de Medicina Alternativa se tomó en cuenta dos aspectos los sitios de mayor preferencia de clientes potenciales en base a datos obtenidos en las encuestas y la amplitud de terreno. Los barrios destacados en las encuestas fueron: La Villaflora, Quitumbe y la Magdalena.

- **Transporte/ Estacionamiento**

El terreno en el que se construirá el Centro Terapéutico de Medicina Alternativa y Spa tiene el espacio suficiente para el área de parqueadero (véase plano).

- **Disponibilidad de agua, energía y otros suministros**

La disponibilidad del servicio de agua potable, energía eléctrica, servicio telefónico, alcantarillado y acceso a internet son factores importantes para el Centro Terapéutico de Medicina Alternativa y Spa, ya que de esto depende el desenvolvimiento de todas las actividades que se desarrollarán en este lugar.

4.4.2.2 SELECCIÓN DE ALTERNATIVA ÓPTIMA DE MICROLOCALIZACIÓN

Los sectores elegidos para el análisis de la Microlocalización son los que tuvieron mayor grado de preferencia en las encuestas realizadas en la Investigación de Mercado estos son: La Villaflora, Quitumbe y La Magdalena. El Centro Terapéutico de Medicina Alternativa y Spa tomará en cuenta los siguientes factores:

- Área de Construcción
- Disponibilidad de agua potable, energía eléctrica y otros suministros
- Poder adquisitivo del área de clientes
- Preferencias Administrativas

- Estacionamiento
- Competencia en el área

La disponibilidad de un área de construcción es uno de los factores preponderantes para poner en marcha el presente proyecto por lo tanto se lo ubicó en primer lugar con una ponderación de (0,30), seguido por disponibilidad de agua potable energía eléctrica y otros suministros (0,28) pues el servicio de agua potable es de gran importancia para la aplicación de las diferentes terapias especialmente en el caso de la hidroterapia, poder adquisitivo del área de clientes (0,15), preferencias administrativas (0,12), estacionamiento (0,10) y competencia en el área (0,05).

Junto al peso relativo de cada factor se asignó una calificación del 0 al 10 a cada una de las zonas, siendo 10 la más óptima y 0 la menos indicada. La suma de mayor calificación ponderada fue la mejor localización.

4.4.2.3 MATRIZ DE MICROLOCALIZACIÓN

Cuadro No.63
Matriz de Microlocalización

SECTOR		La Villaflora		Quitumbe		La Magdalena	
FACTORES	PESO	Calificación	Ponderación	Calificación	Ponderación	Calificación	Ponderación
Área de construcción	0,30	7	2,10	9	2,70	6	1,80
Disponibilidad de agua potable, energía eléctrica y otros	0,28	10	2,80	10	2,80	10	2,80
Poder adquisitivo del área de clientes	0,15	7	1,05	7	1,05	7	1,05
Preferencias Administrativas	0,12	8	0,96	7	0,84	6	0,72
Transporte/ Estacionamiento	0,10	6	0,60	8	0,80	7	0,70
Competencia en el área	0,05	7	0,35	8	0,40	7	0,35
TOTAL	1		7,86		8,59		7,42

Elaborado por: María Augusta Semanate H.

Del cuadro anterior se puede observar que Quitumbe presenta la mayor calificación ponderada de 8,03 y es el sitio seleccionado pues cumple con las condiciones y factores necesarios para la construcción del Centro Terapéutico de Medicina Alternativa y Spa.

En el factor área de construcción se fijó una calificación de 9 para el sector Quitumbe, debido a que en este sitio existe suficiente oferta de terrenos (observación de campo) tanto para la compra como para la venta a diferencia de sitios como La Villaflora y La Magdalena que se encuentran completamente habitados. Una ventaja es tener el espacio físico requerido para la creación del centro, el cual se encuentra ubicado en este sector, más adelante se habla de su ubicación.

Al factor disponibilidad de agua potable, energía eléctrica y otros se ha considerado una calificación de 10 debido a que se encuentra disponible en los tres sitios.

En el factor poder adquisitivo del área de clientes se ha definido una calificación de 7 para los tres sitios debido a que es difícil determinar diferencias de estatutos entre barrios en la zona Sur sobre todo en los barrios propuestos.

El factor preferencias administrativas se calificó de acuerdo a los sitios de mayor preferencia por los clientes potenciales en base a datos obtenidos en las encuestas, asignando de esta manera al barrio La Villaflora una calificación de 8, Quitumbe 7 y la Magdalena 6.

Finalmente, al factor estacionamiento se ha asignado una calificación de 8 para Quitumbe, debido a que en este sitio existen terrenos lo suficientemente grandes como para la construcción de parqueadero.

Nota: El procedimiento realizado anteriormente representa únicamente un método de justificación de por qué ubicar un proyecto en determinado lugar. Para el presente estudio se cuenta con el espacio físico requerido, propiedad del Señorita. María Augusta Semanate (autora de esta investigación).

4.4.2.4 UBICACIÓN

El lugar destinado para el proyecto se encuentra ubicado en el sector Quitumbe, el terreno se encuentra limitado por la Avenida Cóndor Ñan y su intersección con la Avenida Quitumbe Ñan, cuenta con condiciones favorables para la construcción del centro además que cuenta con vías de acceso rápidas para el visitante tanto en vehículo como en cualquier unidad de transporte ya sea en bus o en trolebús, de igual manera cuenta con todos los servicios públicos. Este terreno tiene 1.100 m² y en el mercado tiene un costo aproximadamente de 99.000 dólares.

Por otro lado se debe considerar que la zona de Quitumbe es un sector que ha crecido considerablemente, donde actualmente existe la mayor concentración de proyectos arquitectónicos, como son proyectos inmobiliarios, la construcción del nuevo Quicentro del Sur, el Terminal Terrestre entre otros. Se observa la falta de sitios de ocio y relajación en este sector, considerándose esto una oportunidad.

Gráfico No.23

MEJORAS EN LA INFRAESTRUCTURA DEL SECTOR SUR “PROYECTOS INMOBILIARIOS”



Fuente: Investigación de Campo.

Elaborado por: María Augusta Semanate H.

Gráfico No.24
CONSTRUCCIÓN DEL NUEVO QUICENTRO DEL SUR



Fuente: Investigación de Campo.
Elaborado por: María Augusta Semanate H.

Gráfico No.25
PARQUE LAS CUADRAS



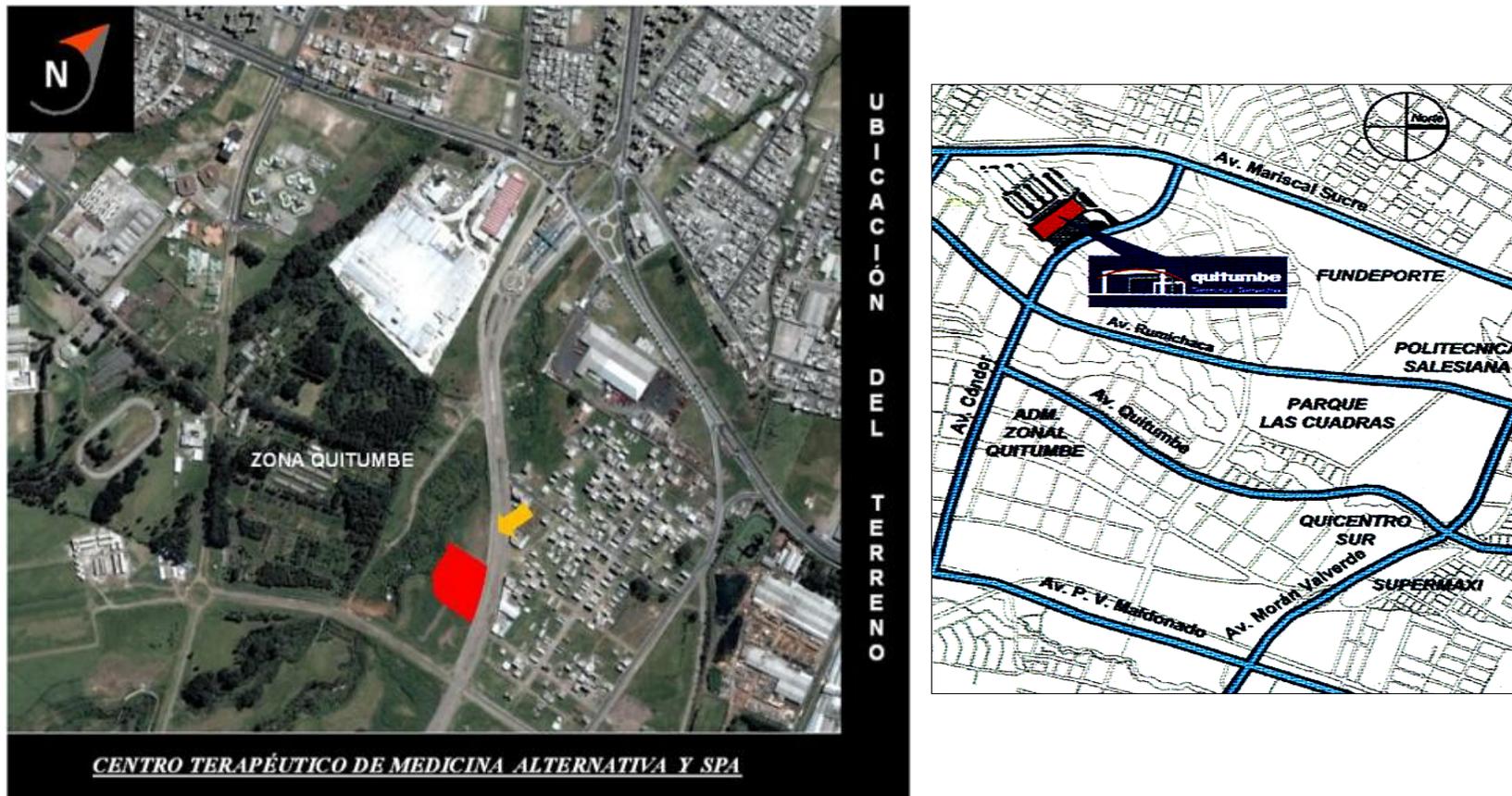
Fuente: Investigación de Campo.
Elaborado por: María Augusta Semanate H.

A continuación se muestra un mapa de la zona y su ubicación:

4.4.2.5 PLANO DE MICROLOCALIZACIÓN

Gráfico No.26

SECTOR QUITUMBE



Fuente: Investigación de Campo.

Elaborado por: María Augusta Semanate H.

4.5 INGENIERÍA DEL PROYECTO

"El objetivo del estudio de ingeniería del proyecto es resolver todo lo concerniente a la instalación y el funcionamiento de la planta, aborda la descripción del proceso, la adquisición del equipo, maquinaria y distribución de la planta"⁵⁹.

Partiendo de este concepto, a continuación se tratará puntos como: la forma en que se ofrecerá el servicio el cual será representado gráficamente a través de un diagrama de procesos, posteriormente, se diseñará la distribución de la planta y finalmente se fijará costos de inversión.

4.5.1 PROCESO DE PRODUCCIÓN

"Un proceso de producción es el procedimiento técnico que se utiliza en el proyecto para obtener los bienes y servicios a partir de insumos y se identifica como la transformación de una serie de materias primas para convertirlas en productos o servicios"⁶⁰.

La oferta de servicios en el Centro Terapéutico de Medicina Alternativa y Spa, incluye el siguiente proceso.

1. El cliente solicita información personalmente, telefónicamente o vía mail acerca del tipo de terapias que podría recibir en Brío Spa Terapéutico.
2. La recepcionista coordina una cita con el cliente para el diagnóstico.
3. El cliente asiste a la hora y en la fecha acordada.
4. La recepcionista llenará un formulario con datos del cliente y acompaña al cliente al área donde será atendido por un especialista.
5. El especialista realizará un diagnóstico y recomendará el tratamiento más adecuado.

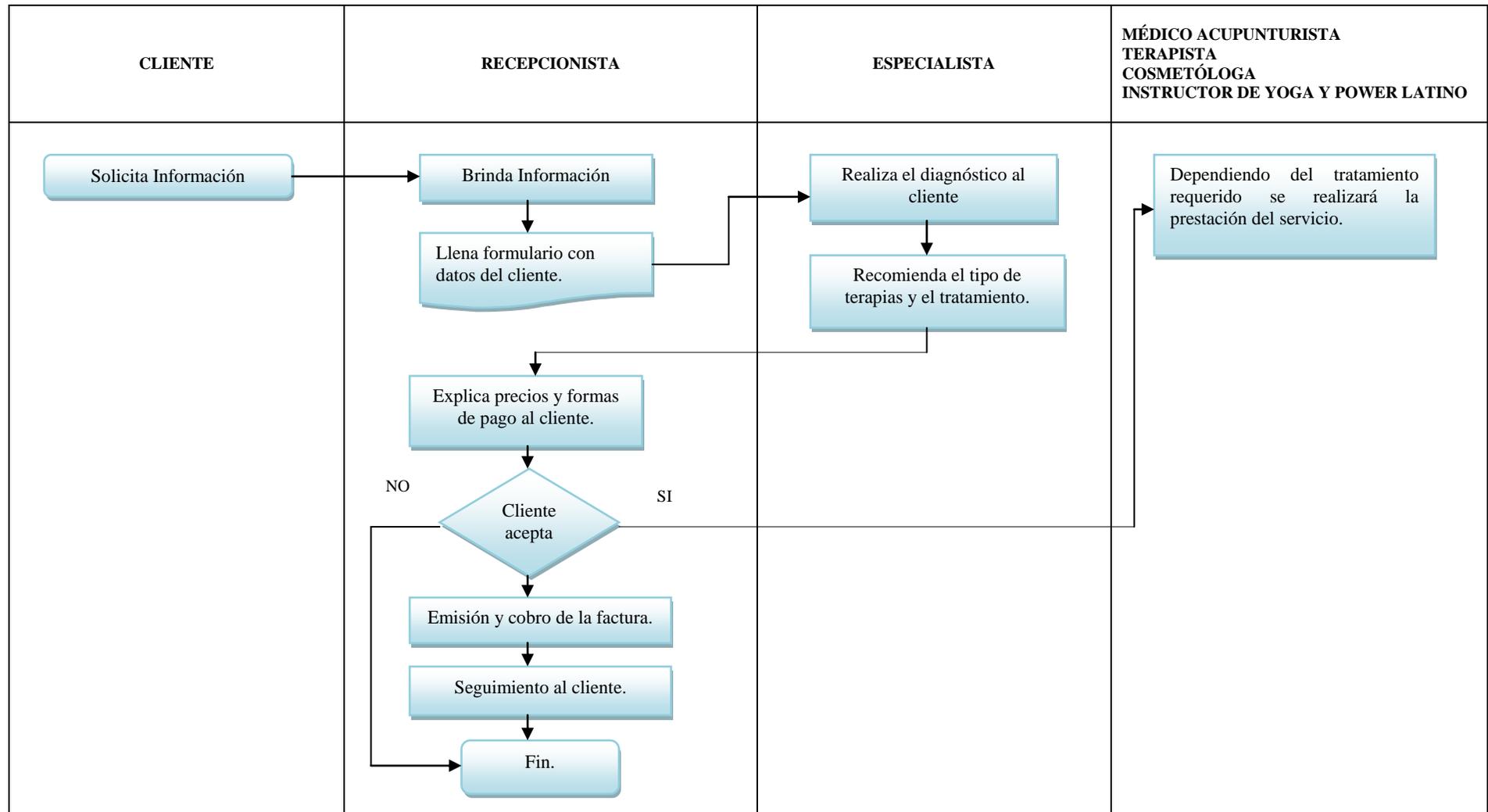
⁵⁹ BACA, Gabriel. Op. Cit. p.101.

⁶⁰ Ibidem, p.102

6. El cliente se entrevistará con la recepcionista para obtener información de precios y formas de pago.
7. Si el cliente acepta recibir el servicio se le ofrecerán los tratamientos y terapias requeridas.
8. Una vez finalizado el tratamiento el cliente se acercará a la recepción donde se emitirá y cobrará la respectiva factura.
9. La recepcionista en coordinación con el administrador realizarán un seguimiento a los clientes, a través de llamadas con el fin de medir el nivel de satisfacción del cliente.

4.5.2 FLUJOGRAMA DEL PROCESO DE PRODUCCIÓN

Gráfico No.27
FLUJOGRAMA DE PROCESOS



4.5.3 ACTIVIDADES CRÍTICAS EN EL PROCESO DEL SERVICIO

- **Tiempo de Espera**

El tiempo de espera es un problema que se deberá evitar en Brío Spa Terapéutico ya que es común observar que los clientes al no ser atendidos de una manera rápida en la mayoría de los casos no vuelven. Por esta razón, a fin de evitar la impaciencia en los clientes, en la sala de espera existirá un agradable ambiente con música de relajación o la vez se transmitirán videos con temas de salud, ocio y relajación.

- **Personal con tiempo ocioso**

Para evitar tiempos ociosos se planificará tareas de telemarketing o de seguimiento directo al cliente.

- **Ausencia del personal especialista**

Al realizar la selección del personal los colaboradores deberán demostrar compromiso con la empresa, sí a pesar de esto existe ausencia de algún empleado lo mejor será buscar especialistas sustitutos; por otro lado, se realizará capacitación continua al personal para que las personas no se vuelvan imprescindibles.

Además, se deberá tomar en cuenta la rotación del personal sobre todo en el caso de los terapeutas a fin de que una persona sea capaz de desempeñar cualquier operación e incluso varias operaciones en un mismo turno de trabajo.

- **Falta de insumos**

Se deberá contar con un stock completo de productos utilizados tanto para la aplicación de terapias y tratamientos como para el expendio.

- **Clientes que programan citas y no acuden a la misma**

Para no tener este tipo de problemas se realizará una llamada previa al cliente para confirmar la hora y fecha de la cita.

- **Abuso en el uso de las instalaciones**

Se deberá estar atento al comportamiento de los clientes cuando hagan uso de las instalaciones y a la vez será necesario conocerlos o sospechar conductas que podrían afectar al proceso de operación del servicio; por ejemplo una vez que son atendidos se podrá notar el tipo de conversación, abuso de confianza, entre otras.

- **Clientes Insatisfechos**

Si un cliente se encuentra insatisfecho con el servicio prestado lo mejor será reconocer y comunicar que se asume la situación, para esto se deberá ingresar en la base de datos los detalles que explique el cliente y a la vez hacer preguntas para descubrir cosas específicas que se pueden hacer para corregir el problema.

4.6 REQUERIMIENTOS DEL SERVICIO

4.6.1 REQUERIMIENTO DE PRODUCTOS Y/O SERVICIOS SEGÚN LA TERAPIA Y TRATAMIENTO

MEDICINA ATERNATIVA

- Acupuntura

**Cuadro No.64
REQUERIMIENTO DE PRODUCTOS PARA EL SERVICIO
DE MEDICINA ALTERNATIVA**

<u>Insumos Materia Prima</u>	<u>Medida</u>	<u>Rendimiento (número de sesiones)</u>	<u>Cantidad requerida (mes)</u>	<u>Precio</u>	<u>Costo Mes</u>	<u>Costo Año</u>
Acupuntura						
Agujas	Unidad	1	150	0,80	120,00	1.440,00
Alcohol	Unidad (500ml)	50	1	1,90	1,90	22,80
Jeringuillas	Unidad	1	45	1,00	45,00	540,00
Total requerimiento de insumos para el servicio de Medicina Alternativa					166,90	2.002,80

Fuente: Investigación de Mercados.

Elaborado por: María Augusta Semanate H.

La cantidad requerida de productos necesarios para la prestación del servicio de acupuntura ha sido estimada tomando en cuenta el porcentaje de personas que adquirirían el servicio que es el 12,61% (Ver cuadro No.61).

TERAPIAS MÉDICAS ALTERNATIVAS

- **Hidroterapia**

El cuadro que se muestra a continuación refleja las cantidades y los costos de la adquisición de algunos productos que serán utilizados para la prestación del servicio de hidroterapia como son: sales de baño, flores secas y esencias aromáticas. La cantidad requerida de estos productos se determinó gracias a la encuesta, de esta forma el porcentaje de personas que adquirirían el servicio se ubicó en un 16,62% de 194 personas que sería la capacidad mensual que cubre el centro, más el número mínimo de sesiones que un cliente puede recibir (Ver Cuadro No.61).

Cuadro No.65
REQUERIMIENTO DE PRODUCTOS PARA EL SERVICIO DE TERAPIAS MÉDICAS ALTERNATIVAS HIDROTERAPIA

Insumos Materia Prima	Medida	Rendimiento (número de sesiones)	Cantidad requerida (mes)	Precio	Costo Mes	Costo Año
Hidroterapia						
Sales de baño	Frasco	15	3	4,20	12,60	151,20
Flores secas	Caja	8	5	4,80	24,00	288,00
Esencias Aromáticas	Frasco	20	2	4,75	9,50	114,00
Total requerimiento de productos para el servicio de Medicina Alternativa					46,10	553,20

Fuente: Investigación de Mercados.

Elaborado por: María Augusta Semanate H.

- **Masajes Terapéuticos**

La cantidad requerida de productos necesarios para la prestación del servicio de masajes terapéuticos se ha determinado gracias a la encuesta y aceptación de este servicio que se ubica en un 14,76 % de un total de personas que sería la capacidad mensual que cubre el centro en cuanto a terapias alternativas más el número mínimo de sesiones que un cliente puede recibir (Ver Cuadro No.61).

Cuadro No.66
REQUERIMIENTO DE PRODUCTOS PARA EL SERVICIO DE
TERAPIAS MÉDICAS ALTERNATIVAS MASAJES TERAPÉUTICOS

<u>Insumos Materia Prima</u>	<u>Medida</u>	<u>Rendimiento (número de sesiones)</u>	<u>Cantidad requerida (mes)</u>	<u>Precio</u>	<u>Costo Mes</u>	<u>Costo Año</u>
Masajes Terapéuticos						
Gel con mineral terapéutico	Unidad (500gr)	15	4	7,75	31,00	372,00
Gel para piernas y pies cansados	Unidad (500gr)	15	4	11,51	46,04	552,48
Gel helado para masajes	Unidad (500gr)	15	4	4,65	18,60	223,20
Aceites Corporales	Unidad (1000ml)	26	2	24,39	48,78	585,36
Total Requerimiento de insumos Masajes Terapéuticos					144,42	1.733,04

Fuente: Investigación de Mercados.

Elaborado por: María Augusta Semanate H.

▪ **Reflexología**

La cantidad requerida de productos indispensables para la prestación del servicio de reflexología se ha determinado de acuerdo al grado aceptación de este servicio que se ubica en un 7,59 % de un total de 194 personas que sería la capacidad mensual que cubre el centro en cuanto a terapias alternativas más el número mínimo de sesiones que un cliente puede recibir (Ver Cuadro No.61).

Cuadro No.67
REQUERIMIENTO DE PRODUCTOS PARA EL SERVICIO DE
TERAPIAS MÉDICAS ALTERNATIVAS REFLEXOLOGÍA

<u>Insumos Materia Prima</u>	<u>Medida</u>	<u>Rendimiento (número de sesiones)</u>	<u>Cantidad requerida (mes)</u>	<u>Precio</u>	<u>Costo Mes</u>	<u>Costo Año</u>
Reflexología						
Aceites Corporales	Unidad (1000ml)	30	1	24,39	24,39	292,68
Total Requerimiento de insumos Reflexología					24,39	292,68

Fuente: Investigación de Mercados.

Elaborado por: María Augusta Semanate H.

▪ **Aromaterapia – Cromoterapia**

A fin de brindar al cliente armonía corporal, mental y espiritual, todas las áreas del centro estarán equipadas con Aromaterapia y Cromoterapia, para esto se requieren ciertos insumos cuyas cantidades fueron determinados de acuerdo a un dictamen propio. A continuación, se los detalla:

Cuadro No.68
REQUERIMIENTO DE PRODUCTOS PARA EL SERVICIO DE TERAPIAS
MÉDICAS ALTERNATIVAS AROMATERAPIA CROMOTERAPIA

<u>Insumos Materia Prima</u>	<u>Medida</u>	<u>Cantidad requerida (mes)</u>	<u>Precio</u>	<u>Costo Mes</u>	<u>Costo Año</u>
Aromaterapia- Cromoterapia					
Esencias Relajantes	Unidad (frasco)	5	5,14	25,70	77,10
Esencias de Flores	Unidad (frasco)	5	4,75	23,75	71,25
Inciensos	Unidad (caja)	2	1,00	2,00	6,00
Velas de Colores Pequeñas	Unidad	24	6,25	150,00	450,00
Velas de Colores Grandes	Unidad	12	2,79	33,48	100,44
Total Requerimiento de insumos Aromaterapia- Cromoterapia				234,93	704,79

* Estos productos se comprarán tres veces al año.

Fuente: Investigación de Mercados.

Elaborado por: María Augusta Semanate H.

TRATAMIENTOS DE TIPO ESTÉTICO

Los cuadros que se exponen a continuación muestran la cantidad de insumos necesarios para la prestación del servicio de tratamientos estéticos como: tratamientos faciales, tratamientos corporales, depilación, manicure y pedicure, estos se han determinado de acuerdo al grado aceptación de este servicio que se ubica en un 9,03% de un total de 192 personas que sería la capacidad mensual que cubre el centro en cuanto a tratamientos estéticos, teniendo en cuenta el número mínimo de sesiones que un cliente puede recibir (Ver Cuadro No.61).

▪ **Tratamientos Faciales**

Cuadro No.69
REQUERIMIENTO DE PRODUCTOS PARA EL SERVICIO DE
TRATAMIENTOS FACIALES

<u>Insumos Materia Prima</u>	<u>Medida</u>	<u>Rendimiento (número de sesiones)</u>	<u>Cantidad requerida (mes)</u>	<u>Precio</u>	<u>Costo Mes</u>	<u>Costo Año</u>
Tratamientos Faciales						
Emulsión Limpiadora	Unidad (Litro)	24	1	25,65	25,65	307,80
Mascarilla Facial Varias	Unidad (250gr)	15	1	6,29	6,29	75,48
Crema Exfoliante	Unidad (283gr)	20	1	16,50	16,50	198,00
Crema Hidratante	Unidad (250gr)	20	1	29,00	29,00	348,00
Crema Nutritiva	Unidad (250gr)	20	1	29,00	29,00	348,00
Crema Antiarrugas	Unidad (250gr)	20	1	32,00	32,00	384,00
Crema Anti solar	Unidad (250gr)	20	1	18,00	18,00	216,00
Chocolate procesado	Unidad	5	3	4,75	14,25	171,00
Pepinillos	Unidad	1	15	0,10	1,50	18,00
Frutas varias	Libra	10	3	1,50	4,50	54,00
Requerimiento de insumos para el servicio de Tratamientos Faciales					176,69	2.120,28

Fuente: Investigación de Mercados.

Elaborado por: María Augusta Semanate H.

Se necesita **2.120,28 dólares** para la compra de productos para el servicio de tratamientos faciales.

- **Tratamientos Corporales**

Cuadro No.70
REQUERIMIENTO DE PRODUCTOS PARA EL SERVICIO DE
TRATAMIENTOS CORPORALES

<u>Insumos Materia Prima</u>	<u>Medida</u>	<u>Rendimiento</u> <u>(número de</u> <u>sesiones)</u>	<u>Cantidad</u> <u>requerida</u> <u>(mes)</u>	<u>Precio</u>	<u>Costo</u> <u>Mes</u>	<u>Costo</u> <u>Año</u>
Tratamientos Corporales						
Crema Corporal Aloe	Unidad (283gr)	10	2	10,27	20,54	246,48
Gel Anti celulítico Reafirmante y Reductor	Unidad (500gr)	12	2	15,65	31,30	375,60
Crema Restauradora de piel	Unidad (500gr)	12	2	12,35	24,70	296,40
Exfoliantes Varios	Unidad (500gr)	8	3	6,17	18,51	222,12
Loción Tónica	Unidad(1000ml)	25	1	22,00	22,00	264,00
Chocolate procesado	Unidad	5	5	4,75	23,75	285,00
Frutas varias	Libra	3	5	1,5	7,50	90,00
Requerimiento de insumos para el servicio de Tratamientos Corporales					148,30	1.779,60

Fuente: Investigación de Mercados.

Elaborado por: María Augusta Semanate H.

Se necesita **1.779,60 dólares** para la compra de productos para el servicio de tratamientos corporales.

- **Depilación**

Cuadro No.71
REQUERIMIENTO DE PRODUCTOS PARA EL SERVICIO
DE DEPILACIÓN

<u>Insumos Materia Prima</u>	<u>Medida</u>	<u>Rendimiento</u> <u>(número de</u> <u>sesiones)</u>	<u>Cantidad</u> <u>requerida (mes)</u>	<u>Precio</u>	<u>Costo</u> <u>Mes</u>	<u>Costo</u> <u>Año</u>
Depilación						
Cera Depilatoria	Unidad (400gr)	15	1	29,27	29,27	351,24
Requerimiento de insumos para el servicio de Depilación					29,27	351,24

Fuente: Investigación de Mercados.

Elaborado por: María Augusta Semanate H.

Se necesita **351,24 dólares** para la compra de productos para el servicio de depilaciones.

- **Manicure y Pedicure**

Cuadro No.72
REQUERIMIENTO DE PRODUCTOS PARA EL SERVICIO
DE MANICURE Y PEDICURE

<u>Insumos Materia Prima</u>	<u>Medida</u>	<u>Rendimiento</u> <u>(número de</u> <u>sesiones)</u>	<u>Cantidad</u> <u>requerida</u> <u>(mes)</u>	<u>Precio</u>	<u>Costo</u> <u>Mes</u>	<u>Costo</u> <u>Año</u>
Manicure - Pedicure						
Esmalte de uñas	Unidad	12	10	1,90	19,00	76,00
Brillo de uñas	Unidad	12	5	1,90	9,50	38,00
Endurecedor de uñas	Unidad	12	5	2,00	10,00	40,00
Crema de manos	Litro	25	1	5,77	5,77	23,08
Cremas exfoliantes para manos y pies	Litro	25	1	4,73	4,73	18,92
Removedor de cutícula	Litro	50	1	1,68	1,68	6,72
Quita Esmalte	Unidad (500ml)	50	1	3,14	3,14	12,56
Requerimiento de insumos para el servicio de Manicure y Pedicure					53,82	215,28

*La cantidad requerida de productos para el servicio de manicure y pedicure serán adquiridos en forma trimestral según la demanda.

Fuente: Investigación de Mercados.

Elaborado por: María Augusta Semanate H.

Se necesita **215,28 dólares** para la compra de productos para el servicio de manicure y pedicure.

4.6.2 REQUERIMIENTO DE PRODUCTOS DE APOYO DE OPERACIONES

El cuadro que se expone a continuación muestra la cantidad de insumos necesarios para prestación del servicio que no intervienen en forma directa, como por ejemplo: batas, juegos de sábanas, toallas, algodón, paños húmedos, gorros plásticos y bandas faciales.

Cuadro No.73
REQUERIMIENTO DE PRODUCTOS DE APOYO DE OPERACIONES

<u>ITEM</u>	<u>Unidad</u>	<u>Precio</u>	<u>Cant. Año</u>	<u>Costo Anual</u>
Batas	Unidad	8	8	64,00
Juegos de Sábanas	Unidad	18	7	126,00
Toallas	Unidad	4,87	15	73,05
Algodón	Paquete	5,1	8	40,80
Paños Húmedos	Paquete	3,85	6	23,10
Gorros Plásticos	Unidad	0,25	20	5,00
Bandas Faciales	Paquete	2,87	8	22,96
Requerimiento de Productos de Apoyo de Operaciones				354,91

Fuente: Investigación de Mercados.

Elaborado por: María Augusta Semanate H.

4.6.3 REQUERIMIENTO DE PRODUCTOS PARA LA VENTA

- **Área Sala de Té**

A continuación se detalla el requerimiento de materia prima necesario para el expendio de productos que se venderán en la sala de té, los cuales fueron determinados estimado la cantidad de personas que harían uso del servicio que será el 25% de de la capacidad de producción total del servicio en cuanto a terapias y tratamientos es decir de 872 dando como resultado 218 clientes y de esta cantidad se aplico porcentajes según productos más demandados en centros de la competencia.

Cuadro No.74
REQUERIMIENTO DE PRODUCTOS PARA LA VENTA SALA DE TÉ

Material	Unidades de Medida	Cantidad requerida (mes)	Precio Unitario	Costo Mensual	Costo Anual
Pan	unidades	50	0,11	5,5	66,00
Queso	unidades	4	1,7	6,8	81,60
Jamón	paquetes(12 unidad)	4	1,8	7,2	86,40
Mantequilla	unidades	1	1,1	1,1	13,20
Lechuga	unidades	3	0,5	1,5	18,00
Tomate	Libras	3	1	3	36,00
Azúcar	Libras	4	0,4	1,6	19,20
Café	Frascos	2	1,8	3,6	43,20
Té	caja(24 unidades)	2	0,8	1,6	19,20
Limón	unidades	50	0,03	1,50	18,00
Agua	Botellas	20	0,25	5	60,00
Sodas	Botellas	18	0,25	4,5	54,00
Snacks	paquetes(12 unidades)	1	3	3	36,00
Postres	bandejas (24 unidades)	1	12	12	144,00
Papaya	unidades	5	2	10	120,00
Naranja	Unidades	25	1,5	37,5	450,00
Mora	Libras	4	1	4	48,00
Plátano	unidades	20	0,1	2	24,00
0Manzanas	1 kilo(5 unidades)	10	2	20	240,00
Requerimiento de Productos para la venta Sala de Té			35,31	131,40	1.576,80

Fuente: Investigación de Mercados.

Elaborado por: María Augusta Semanate H.

El valor total requerido para productos de venta para sala de té es de **1.576,80 dólares.**

- **Sugeridos en Servicios**

El Centro Terapéutico de Medicina Alternativa y Spa tendrá a disposición de los clientes productos para cuidados en casa. Se pretende comenzar con esencias, inciensos, cremas y exfoliantes varios.

Cuadro No.75
REQUERIMIENTO DE PRODUCTOS SUGERIDOS EN SERVICIOS

<u>Producto</u>	<u>Unidad de Medida</u>	<u>Cantidad Mes</u>	<u>Precio Unitario</u>	<u>Costo Mensual</u>	<u>Costo Anual</u>
Esencias	Unidad	7	3,25	22,75	273,00
Incensos	Caja	5	0,80	4,00	48,00
CD música instrumental	Unidad	5	1,00	5,00	60,00
Crema para pies cansados	Unidad	6	3,15	18,90	226,80
Crema con mineral terapéutica	Unidad	5	4,45	22,25	267,00
Crema exfoliante corporal	Unidad	5	6,17	30,85	370,20
Total Productos para la venta				103,75	1.245,00

Fuente: Amazon, René Chardon.

Elaborado por: María Augusta Semanate H.

- Los aceites esenciales, como su nombre lo indica son aceites extraídos de plantas salvajes o cultivadas, se las puede usar en aromatizadores, con aceite vehicular para masajes o terapias, algunas se pueden usar directamente en la piel, otras no y también se las puede usar en baños de tina.
- Inciensos, sirven para aromatizar el ambiente.
- CD de Música instrumental.

El valor total requerido de otros productos de venta es de **1.245,00 dólares**.

4.6.4 REQUERIMIENTO DE TALENTO HUMANO

Es el esfuerzo humano ineludible que necesita una empresa para la transformación de materia prima en productos o servicios. Por tal motivo, es necesario identificar y

cuantificar el tipo de personal necesario que el proyecto requiere; así como determinar el costo de remuneraciones que ello implica.

Cuadro No.76
REQUERIMIENTO DE TALENTO HUMANO (AÑO 1) ⁶¹

No.	Personal	Sueldo	Décimo Tercero	Décimo Cuarto	Fondos de Reserva (8,33%)	Aportación Patronal	Pago Mensual	Pago Anual
1	Administrador	600,00	50,00	20,00		72,90	742,90	8.914,80
2	Contador	180,00						2.160,00
3	Secretaria/Recepcionista	240,00	20,00	20,00		29,16	309,16	3.709,92
4	Médico Acupunturista	550,00	45,83	20,00		66,83	682,66	8.191,90
5	Terapista 1	330,00	27,50	20,00		40,10	417,60	5.011,14
6	Terapista 2	330,00	27,50	20,00		40,10	417,60	5.011,14
7	Terapista 3	330,00	27,50	20,00		40,10	417,60	5.011,14
8	Cosmetóloga	330,00	27,50	20,00		40,10	417,60	5.011,14
9	Auxiliar de Cosmetología	240,00	20,00	20,00		29,16	309,16	3.709,92
10	Instructor Pilates y Power Latino	160,00	13,33	20,00		19,44	212,77	2.553,28
11	Ayudante de cocina	240,00	20,00	20,00		29,16	309,16	3.709,92
12	Ayudante de limpieza	240,00	20,00	20,00		29,16	309,16	3.709,92
13	Guardia	240,00	20,00	20,00		29,16	309,16	3.709,92
	Total	4.185,00	319,17	240,00		465,35	4.854,51	60.414,14

Fuente: Investigación de Mercados.

Elaborado por: María Augusta Semanate H.

Para el desarrollo de actividades de Brío Spa Terapéutico se necesitará de 13 empleados; de los cuales en el Capítulo Económico y Evaluación Financiera, 7 serán considerados mano de obra directa, 2 mano de obra indirecta y 4 pertenecerán al rubro gastos administrativos. Todo el personal recibirá los beneficios exigidos por la Ley.

Se debe mencionar que el Instructor de pilates y power latino será contratado bajo la modalidad de tiempo parcial⁶². De este modo el instructor de pilates y power latino prestará sus servicios de martes a sábado 4 horas diarias.

⁶¹ Debido a que el Décimo Tercero Sueldo, Décimo Cuarto Sueldo y los Fondos de Reserva son un beneficio anual, estos se han prorrateado para doce meses que tiene el año, con el fin de determinar el costo mensual de los sueldos. El cálculo de la décima cuarta remuneración se calculó en base a la remuneración básica mínima unificada vigente, siendo el valor de 240,00 dólares.

⁶² El contrato de tiempo parcial, es aquel en que el trabajador se obliga para con el empleador a prestar sus servicios lícitos y personales durante jornadas completas o parciales, además el trabajador y empleador pueden estipular libremente el sueldo o salario, que no puede ser menor a la parte proporcional del salario mínimo vital general considerando que el trabajador tiene derecho a percibir los beneficios de ley en parte proporcional.

Fuente: Ministerio de Relaciones Laborales - Código de Trabajo, Ley No.133.

En el caso del Contador será contratado bajo la modalidad de servicios profesionales el cual consiste en que el profesional percibe una cantidad monetaria por la prestación del servicio, lo cual no implica pago de beneficios de ley. Cabe señalar que el tipo de profesionales que prestan servicios de manera independiente, están obligados a tributar, es decir que el concepto de pago que reciben estos profesionales por parte de sus clientes se les denomina servicios profesionales para lo cual deben expedir un comprobante fiscal (factura) por cada ingreso percibido.

Según el Cuadro No.74, la mano obra necesaria en el desarrollo del proyecto será de 13 personas y valor anual en sueldos será de **60.414,14 dólares**.

4.6.5 REQUERIMIENTO DE SERVICIOS GENERALES, SUMINISTROS DE LIMPIEZA Y ÚTILES DE OFICINA

La cantidad requerida de insumos y servicios generales será de **4.755,69 dólares anuales**, los cuales incluyen servicios básicos, suministros de limpieza, útiles de oficina y gastos de sala de té.

- **Servicios Básicos**

Para establecer el valor que se pagará por energía eléctrica, agua potable y telefonía se investigó en negocios similares, en donde se determinó, que el pago promedio mensual de agua potable es de 120 dólares⁶³, por el consumo de energía eléctrica 150 dólares y por consumo de telefonía 50 dólares aproximadamente. Por tanto, se estimo que el rubro de servicios básicos en el Centro Terapéutico de Medicina Alternativa y Spa excederá en un 10% de la competencia.

⁶³ De acuerdo a información obtenida en centros de la competencia el pago promedio por consumo de energía eléctrica es superior al de agua potable a pesar de que la mayoría de tratamientos son realizados en base al uso del agua esto se debe a que el agua de la piscina no se la cambia en forma constante debido al costo que involucra hacerlo, para esto se recurre a tratamientos los cuales son mecanismos de desinfectación y purificación.

Cuadro No.77
REQUERIMIENTO DE SERVICIOS BÁSICOS

<u>Descripción</u>	<u>Valor Mensual</u>	<u>Valor Anual</u>
Consumo de Agua Potable	132,00	1.584,00
Consumo de Energía Eléctrica	165,00	1.980,00
Telefonía	55,00	660,00
Total Servicios Básicos	324,50	4.224,00

Fuente: Investigación de Mercados.

Elaborado por: María Augusta Semanate H.

El valor total requerido para servicios básicos será: **4.224,00 dólares anuales.**

▪ **Suministros de Limpieza**

Cuadro No.78
REQUERIMIENTO DE SUMINISTROS DE LIMPIEZA

<u>ITEM</u>	<u>Unidad</u>	<u>Costo Unitario</u>	<u>Cantidad Mes</u>	<u>Cantidad Año</u>	<u>Costo Mensual</u>	<u>Costo Anual</u>
Jabón liquido corporal	Unidades	2,98	3	-	8,94	107,28
Detergente	Unidades	2,59	2	-	5,18	62,16
Papel Higiénico	Paquetes	2,99	1	-	2,99	35,88
Cloro	Unidades	1,55	1	-	1,55	18,60
Basureros	Unidades	4,99	-	5	-	24,95
Escobas	Unidades	2,40	-	3	-	7,20
Trapeador	Unidades	2,80	-	3	-	8,40
Desinfectante	Unidades	3,89	2	-	7,78	93,36
Guantes	Unidades	1,49	3	-	4,47	53,64
Total Suministros de Limpieza					30,91	411,47

Fuente: Investigación de Mercados.

Elaborado por: María Augusta Semanate H.

El valor total requerido para suministros de limpieza será: **411,47 dólares anuales.**

▪ **Útiles de Oficina**

Cuadro No.79
REQUERIMIENTO DE ÚTILES DE OFICINA

<u>ITEM</u>	<u>Unidad</u>	<u>Costo Unitario</u>	<u>Cantidad Año</u>	<u>Costo Anual</u>
Borradores	Unidades	0,25	5	1,25
Clips	Caja	2,00	3	6,00
Folders	Unidades	0,99	24	23,76
Esteros	Caja	0,25	5	1,25
Papel Bond	Resmas	4,90	2	9,80
Sellos	Unidades	2,50	4	10,00
Tijeras	Unidades	1,50	2	3,00
Facturas	Block	8,00	5	40,00
Grapadora	Unidades	2,50	3	7,50
Perforadora	Unidades	2,50	3	7,50
Cuadernos	Unidades	1,29	4	5,16
Corrector	Unidades	1,25	4	5,00
Total Suministros de Oficina				120,22

Fuente: Investigación de Mercados.

Elaborado por: María Augusta Semanate H.

El valor total requerido para útiles de oficina será: **120,22 dólares anuales.**

4.6.6 PUBLICIDAD

El cuadro que se muestra a continuación presenta los costos de publicidad en el que incurrirá el Centro Terapéutico de Medicina Alternativa y Spa, cabe mencionar que el anuncio publicitario se realizará en la revista La Familia en forma trimestral.

**Cuadro No.80
PUBLICIDAD**

<u>Pieza Aplicable</u>	<u>Fecha Aplicable</u>	<u>Cantidad</u>	<u>Precio Unitario</u>	<u>Costo Mensual</u>	<u>Costo Anual</u>
Flyers	Mensual	1000	0,12	120	1.440,00
Afiches	Semestral	100	2	200	400
Anuncio en Periódico (1/4 de página)	Trimestral	1	922	922	3.688,00
Página Web	Año	1	300	300	300
Llaveros	Trimestral	50	0,7	35	140
Uniforme del Personal	Año	11	60	660	660
TOTAL				2.237,00	6.628,00

Fuente: Investigación de Mercados.

Elaborado por: María Augusta Semanate H.

4.7 ESTIMACIÓN DE LAS INVERSIONES

4.7.1 REQUERIMIENTO DE OBRA FÍSICA

El lugar de funcionamiento del Centro Terapéutico de Medicina Alternativa y Spa será una construcción nueva que requerirá de una alta inversión, la misma que será respaldada por aporte de los socios y un préstamo bancario, la razón de esta decisión fue para evitar los problemas que enfrentan hoy en día la mayoría de competidores los cuales adecúan en viviendas este tipo de negocios y los mismos no pueden satisfacer totalmente a los clientes.

El valor total requerido para la obra civil es de **111.317,92 dólares** esto incluye limpieza del terreno, obra gris, acabados y áreas verdes (Ver Anexo No.4).

4.7.2 REQUERIMIENTO DE EQUIPOS Y MAQUINARIA

La maquinaria necesaria para la prestación del servicio de hidroterapia se la adquirirá en Hidromaxi, empresa que provee todo tipo de equipos para piscinas, saunas, turcos, calentamiento a gas entre otros, se debe tomar en cuenta que esta empresa se encargará tanto de proveer los equipos como de su instalación. En cuanto a equipos de terapia y equipos estéticos los proveedores serán Montero y Dermalia.

**Cuadro No.81
MAQUINARIA Y EQUIPOS**

Cantidad	Mobiliario y Equipos	Costo Unitario	Costo Total
1	Equipo para piscina	2.702,56	2.702,56
1	Equipo para Sauna y Turco para 10 personas	3.718,40	3.718,40
1	Equipo para Hidromasaje 8 personas	1.786,40	1.786,40
4	Equipo Baños de Cajón	-	1.568,00
1	Equipo de Calentamiento	3.326,40	3.326,40
1	Ducha Vichy	2.500,00	2.500,00
1	Busca puntos o Electro ACUPOINTER	130,00	130,00
1	Equipo para Magnoterapia	563,00	563,00
4	Camillas para masajes	247,41	989,64
1	Equipo de Estética	924,00	924,00
2	Camilla de Altura Regulable	195,00	390,00
1	Esterilizador	142,11	142,11
2	Tinas de Pedicure	45,00	90,00
2	Pilates Power Gym	429,00	858,00
1	Equipo de Sonido	433,00	433,00
10	Colchonetas	22,00	220,00
8	Bandas Elásticas	8,00	64,00
10	Pelotas Grandes	13,00	130,00
8	Pelotas Grandes Anti estrés	33,00	264,00
10	Steps	22,95	229,50
8	Aros	20,00	160,00
3	Vajilla Unidades(20 piezas)	19,99	59,97
3	Juego de Cubiertos Paquetes	8,57	25,71
	Materiales de Cocina		70,00
12	Jarras Plásticas	1,99	23,88
Total Maquinaria y Equipos		17.291,78	21.368,57

Fuente: Investigación de Campo.

Elaborado por: María Augusta Semanate H.

Por tanto, el costo de la maquinaria para la prestación del servicio es de **21.368,57 dólares.**

4.7.2.1 ESPECIFICACIONES TÉCNICAS DE LA MAQUINARIA Y EQUIPOS

A continuación, se muestra las características generales de los equipos necesarios para la prestación de las diferentes terapias y tratamientos.

Tabla No.10
ESPECIFICACIONES TÉCNICAS DE LA MAQUINARIA Y EQUIPOS

EQUIPO	ESPECIFICACIONES TÉCNICAS
Piscina	La Piscina será en forma rectangular, de hasta 90 m ³ de profundidad, contendrá Bombas de 1 1/2 HP con trampa de marca Pentair de procedencia americana con esta bomba se podrán colocar 4 chorros exteriormente con salidas de 1", tendrá filtros de 22.5, skimmers o rebosaderos marca Astral, válvula selectora de 7 posiciones, toma de aspiración, drenajes de fondo, tubos americanos para contorno de la piscina, cobertor para la piscina, escalera de 3 peldaños etc.
Hidromasaje	Tina octogonal en fibra de vidrio para 8 personas, medidas 2.20 de diámetro x 0,84 de profundidad, constará de una bomba de 2 HP de fuerza para hidromasaje de 8 hidrojets modelo Piraña, hidrojets Hayward de 1 1/2" x 1 1/2", toma de succión de 2", rollo de manguera termoplástica de 1 1/2", desagüe con desborde (Pulsador push).
Sauna	Construida con madera de pino secada al horno y tratada, capacidad para 8 a 10 personas. Incluye de 2 gradas en L, rejilla para el piso, puerta en pino, lámpara interior, corral protector para el equipo, pulida y lacada interior.
Baño Turco	Equipo generador de vapor a gas, el encendido y apagado será con mando remoto desde la cabina, incluye control de nivel de agua, gabinete en acero inoxidable, quemadores a gas, switch, controles con termostato.
Baños de Cajón	Cubículos de 1 m x 1 m. x 1.10 m., construidos en madera de pino con puerta frontal y tapa con orificio superior de diámetro de 30 cm. aproximadamente, acometidas de vapor para los baños de cajón tales como tubos de cobre, válvulas de paso accesorios, sueldas, etc.
Equipo de Calentamiento	Materiales para la instalación de acometidas de vapor, climatizador a gas.
Busca puntos y Estimulador ACUPOINTER	Instrumento compacto operado a batería de 9 volts o con una fuente externa colocada a la red de alimentación, permite buscar los puntos de acupuntura rastreando la piel, además es un electro estimulador es decir un generador de pulsos de tensión interno (20 a 80 Volts) con una frecuencia de 5 c/seg (Hertz); se conecta a la punta en forma automática cuando se oprime el pulsador que está en una lapicera, desconectando al busca puntos y encendiendo el led que pulsará al ritmo de las estimulaciones.
Equipo para Magnoterapia	Equipo digital tiene un circuito de alta potencia comandado por un microprocesador, permite trabajar alcanzando una potencia de hasta 200 Gauss tanto en emisión continua como pulsante, dispondrá de las siguientes frecuencias de trabajo: 5 – 10 – 25 – 50 Hertz. Posee un timer incorporado de 30 minutos con indicador de fin de sesión.
Equipo de Estética	Equipo de ocho funciones para cosmetología, vapor facial, vapor con ozono, lupa con luz, lámpara de Wood, alta frecuencia, corriente galvánica, brossage 100v.
Tina de Pedicure	Tina que combina el calor, las burbujas y la vibración de agua para lograr el alivio y el relajamiento de los pies cansados y adoloridos mantendrá la temperatura del agua.
Pilates Power Gym	Pilates Power Gym cuenta cuerdas de potencia de entrenamiento y resistencia de cama inclinada con 5 niveles, combinadas con ejercicios de aeróbicos y de estiramiento, los cuales están diseñados específicamente para moldear el cuerpo, cuenta con 4 cuerdas de poder de resistencia variable para personalizar el nivel de tensión para cada ejercicio.
Camilla altura regulable	Camilla altura regulable con base hidráulica, pintada con porta brazos y cabezal.
Equipo de Sonido	Bandeja para cargar 5 CD, puerto USB, bluetooth, radio FM/AM, control remoto a distancia marca PANASONIC.

Fuente: Investigación de Campo.

Elaborado por: María Augusta Semanate H.

4.7.3 REQUERIMIENTO DE EQUIPOS DE OFICINA

Cuadro No.82
Equipos de Oficina

Cantidad	Mobiliario y Equipos	Costo Unitario	Costo Total
3	Computador	588,39	1.765,17
1	Impresora Multifuncional	129,47	129,47
1	Impresora Matricial	210,00	210,00
1	Mini Central Telefónica (2 inalámbricos)	115,00	115,00
Total Equipos de Oficina		1.042,86	2.219,64

Fuente: Investigación de Campo.

Elaborado por: María Augusta Semanate H.

El valor total requerido para equipos de oficina será de **2.219,64 dólares**.

4.7.3.1 ESPECIFICACIONES TÉCNICAS EQUIPOS DE OFICINA

Tabla No.11
ESPECIFICACIONES TÉCNICAS EQUIPOS DE OFICINA

<u>Computador</u>	HP-COMPAQ, DISCO DURO 320 GB Serial ATA, memoria 2 GB DDR2 PC-800multimeia DVD, teclado multimedia, mouse óptico , parlantes multimedia, Monitor 17" LCD Wide, USB 2.0 X 6, Win Vista.
<u>Impresora Multifuncional</u>	Resolución hasta 5760 x 1440 dpi de resolución, velocidad de impresión hasta 26 ppm en texto negro y 14 ppm en texto a color, compatibilidad con Windows 2000, XP, XP Professional x64 Edición y Windows Vista, copiadora y fax.
<u>Impresora Matricial</u>	Epson LX 300, impresión monocromática, matriz de punto de 9 agujas.
<u>Mini Central Telefónica</u>	Pantalla retro iluminada de 3 líneas, 30 números ubicados en el identificador de llamadas, acceso remoto a la contestadora desde cualquier lugar, batería recargable, 5.8 GHz C-ID, 3 SET.

Fuente: Investigación de Campo.

Elaborado por: María Augusta Semanate H.

4.7.4 REQUERIMIENTO DE MUEBLES Y ENSERES

A continuación, se muestra el requerimiento de muebles y enseres necesarios para adecuar cada una de las áreas del Centro Terapéutico de Medicina Alternativa y Spa.

Cuadro No.83
MUEBLES Y ENSERES PARA RECEPCIÓN

Cantidad	Mobiliario y Equipos	Costo Unitario	Costo Total
1	Counter para la recepción	450,00	450,00
1	Juego de sala para 7 personas	730,00	730,00
Total Muebles y Enseres para Recepción		1.180,00	1.180,00

Fuente: Investigación de Campo.

Elaborado por: María Augusta Semanate H.

Cuadro No.84
MUEBLES Y ENSERES PARA ADMINISTRACIÓN

Cantidad	Mobiliario y Equipos	Costo Unitario	Costo Total
2	Estaciones de Trabajo (Administrador- Contador)	240,00	480,00
1	Mesa para reuniones para 6 personas	193,00	193,00
1	Pizarra Liquida	64,99	64,99
1	Archivador mediano	95,00	95,00
Total Muebles y Enseres para Administración		592,99	832,99

Fuente: Investigación de Campo.

Elaborado por: María Augusta Semanate H.

Cuadro No.85
MUEBLES Y ENSERES PARA ÁREA MÉDICA

Cantidad	Mobiliario y Equipos	Costo Unitario	Costo Total
1	Mobiliario para el médico	180,00	180,00
1	Estación de trabajo para 2 personas	280,00	280,00
Total Muebles y Enseres para Área Médica		460,00	460,00

Fuente: Investigación de Campo.

Elaborado por: María Augusta Semanate H.

Cuadro No.86
**MUEBLES Y ENSERES PARA AROMATERAPIA, MUSICOTERAPIA,
REFLEXOLOGÍA Y MASAJES TERAPÉUTICOS**

Cantidad	Mobiliario y Equipos	Costo Unitario	Costo Total
4	Taburetes giratorios	40,17	160,68
3	Estantería	120,00	360,00
4	Camillas para masajes	247,41	989,64
2	Espejos	30,00	60,00
Total Muebles y Enseres		437,58	1.570,32

Fuente: Investigación de Campo.

Elaborado por: María Augusta Semanate H.

Cuadro No.87
MUEBLES Y ENSERES MANICURE Y PEDICURE

<u>Cantidad</u>	<u>Mobiliario y Equipos</u>	<u>Costo Unitario</u>	<u>Costo Total</u>
1	Mobiliario para 4 personas	230,00	230,00
4	Posilleros	2,00	8,00
Total Muebles y Enseres Manicure y Pedicure		232,00	238,00

Fuente: Investigación de Campo.

Elaborado por: María Augusta Semanate H.

Cuadro No.88
MUEBLES Y ENSERES PARA TRATAMIENTOS FACIALES Y CORPORALES

<u>Cantidad</u>	<u>Mobiliario y Equipos</u>	<u>Costo Unitario</u>	<u>Costo Total</u>
1	Camilla de Altura Fija	185,00	185,00
1	Camilla de Altura Regulable	343,00	343,00
2	Taburete giratorio	40,17	80,34
1	Estantería	120,00	120,00
Total Muebles y Enseres para Tratamientos Faciales y Corporales		688,17	728,34

Fuente: Investigación de Campo.

Elaborado por: María Augusta Semanate H.

Cuadro No.89
MUEBLES Y ENSERES PARA SALA DE TÉ

<u>Cantidad</u>	<u>Mobiliario y Equipos</u>	<u>Costo Unitario</u>	<u>Costo Total</u>
1	Counter	260,00	260,00
1	Microondas	139,00	139,00
1	Licuadora	73,68	73,68
1	Cocina	150,00	150,00
1	Mini refrigerador	222,90	222,90
1	Sanduchera	18,50	18,50
1	Extractor de Jugos	61,00	61,00
1	Vajilla para 10 personas	70,00	70,00
4	Juegos de mesas con 4 sillas	65,00	260,00
	Otros	200,00	200,00
Total Muebles y Enseres Sala de Te		1260,08	1.455,08

Fuente: Investigación de Campo H.

Elaborado por: María Augusta Semanate.

El valor total requerido para muebles y enseres será de **6.464,73 dólares anuales**.

4.7.5 ACTIVOS DIFERIDOS

Cuadro No.90
ACTIVOS DIFERIDOS

<u>Descripción</u>	<u>Valor</u>
GASTOS DE CONSTITUCIÓN	1.470,00
Cuenta Integración de Capital	400,00
Notaría Otorgamiento de Escritura Pública	120,00
Publicación en el periódico	75,00
Notaria, Asentamiento de Razones	25,00
Honorarios de Abogado	600,00
Copias	25,00
Movilización	45,00
Patente Municipal	180
GASTOS DE EJECUCIÓN DEL PROYECTO	1.600,00
Estudio de Factibilidad	1.200,00
Capacitación	400
SUBTOTAL	3.070,00
Imprevistos 5%	153,50
Total Activos Diferidos	3.223,50

Elaborado por: María Augusta Semanate H.

El valor requerido para activos diferidos será de **3.223,50 dólares** el cual constituye gastos de constitución y ejecución.

4.8 DISTRIBUCIÓN DE LA PLANTA

"La distribución de la planta consiste en proporcionar condiciones de trabajo aceptables y permite la operación más económica, a la vez que mantiene las condiciones óptimas de seguridad y bienestar para los trabajadores"⁶⁴.

4.8.1 DEFINICIÓN DE ÁREAS

El objetivo de Brío Spa Terapéutico es distinguirse de la competencia por su ambiente, decoración y por los servicios que ofrecerá. El agua representará el elemento central para su diseño. Para esto se requerirá de un equipamiento y distribución específica que permita la integración armoniosa de espacios de salud,

⁶⁴ BACA, Gabriel. Op. Cit. p.107

belleza y bienestar. El Centro Terapéutico de Medicina Alternativa y Spa contará con las siguientes áreas:

Área de Recepción y Sala de Espera

Es un espacio físico destinado para la atención del cliente, estará a cargo de una recepcionista quién brindará información general sobre el tipo de tratamientos que pudiera recibir en Brío Spa Terapéutico, de igual manera será la encargada de registrar datos del cliente. Además en esta área se exhibirán algunos productos para su expendio.

Junto a la recepción se encontrará la sala de espera, la misma que constará de cómodos sillones, revistas actualizadas, cuadros y el logotipo de la empresa, tendrá un ambiente agradable, fresco y música ambiental con el fin de garantizar al cliente una agradable espera. Se preferirá colores claros ya que son más relajantes y disminuyen tanto la ansiedad como el estrés.

Área Administrativa

Es un área dividido en dos espacios físicos el primero está destinado para el administrador y contador (cuando llegue a ofrecer sus servicios profesionales eventualmente) seguido de una sala de reuniones.

Área Médica

Es un área destinada para el médico especialista en acupuntura, aquí se tratarán distintos trastornos físicos y mentales como zumbido de oídos, migraña, menopausia, rinitis, depresión, parálisis facial, reducción de peso, gastritis entre otros.

Área de Masajes y Reflexología

El servicio de masajes es una de las terapias más efectivas para aliviar el estrés y lograr relajación, su eficacia dependerá básicamente de la persona que realice la terapia, por lo que es necesario contar con un profesional altamente capacitado en el tema. Se ha decidido instalar tres espacios físicos para el servicio de masajes y

reflexología: uno para la instalación del mobiliario como son las camillas, seguido de un consultorio para la terapeuta y otro para la ducha Vichy.

En la decoración de estos espacios se pondrá énfasis en aplicar terapias de Medicina Alternativa como es la cromoterapia, aromaterapia y musicoterapia, por lo tanto se elegirán colores como: el beige, azul claro o verde mar, también se colocarán velas y esencias aromáticas.

Área de Tratamientos Faciales y Corporales

Estará a cargo de una cosmetóloga y de su auxiliar, aquí se realizará tratamientos faciales y corporales; además se ubicará todo el mobiliario necesario para este fin en donde se incluirá el equipo de tratamientos estéticos, camillas y otros.

Área de Piscina

El agua se usará de la mejor forma posible en todas sus aplicaciones, la temperatura del agua será de gran importancia ya que el calor provoca una dilatación reparadora y relajante de los vasos sanguíneos mientras que el agua fría provoca una reconstrucción que calma el dolor limpiando y estimulando el organismo, a su vez, la combinación de agua fría con el calor crea un bombeo estimulando el sistema circulatorio ayudando a eliminar toxinas. Por lo tanto la piscina tendrá agua temperada con 4 cuatro chorros externos, su forma será rectangular y tendrá espacios de descanso.

Baño Sauna

Será un baño de calor seco hermético de madera que en su interior tendrá dos gradas para descanso y una lámpara interior, su temperatura oscilará entre 80 y 100 °C a través de un equipo generador de calor eléctrico el mismo que será de funcionamiento automático. El objetivo de esta cabina es proporcionar relajación y favorecer a la eliminación de toxinas por la transpiración que genera.

Baño Turco

Será un baño de calor húmedo perfumado con eucalipto con una temperatura entre 40 y 50 °C, tendrá un equipo generador de vapor a gas, su encendido y apagado será con mando remoto desde la cabina, este proporciona relajación, favorece la eliminación de toxinas y tiene un efecto suavizante en la piel ya que acelera la descamación de las células muertas.

Hidromasaje

Será una bañera que combinará tres elementos: aire, calor de agua entre 35 y 40 °C y masaje corporal, esta constará de un sistema de chorros a presión que estarán incorporadas en la bañera la misma que estarán orientadas a ciertas zonas del cuerpo. Su medida oscilará entre 2.20 de diámetro x 0.84 de profundidad. Este baño tiene el objetivo de aliviar dolencias, tonificar y relajar. A este baño se le añadirá esencias aromáticas las mismas que ejercen efectos positivos en el organismo y se incluirá en su decoración colores que influyen en el estado de ánimo como el azul para relajar y el amarillo para dinamizar.

Baños de Cajón

Serán 4 cubículos construidos en madera de pino con una puerta frontal y una tapa con orificio superior de diámetro de 30 cm aproximadamente, este baño de vapor consiste en que el paciente deberá mantenerse sentado en un banquito dentro del cajón (excepto la cabeza), este cajón deberá tener las suficientes aberturas para que el vapor ascienda libremente, esta terapia se la realiza conjuntamente tomando baños de agua fría cada un cierto tiempo; a la vez mientras el cliente se encuentra en el baño de cajón deberá ser hidratado mediante bebidas hidratantes.

Ducha Vichy

Será una ducha que se encontrará en el tumbado sobre una mesa de esta forma el agua se canalizará en forma horizontal a través de chorros a lo largo del cuerpo este

tratamiento combinará diferentes tipos de masajes los mismos que tiene efectos relajantes sobre el organismo.

Salón para Pilates y Power Latino

Pilates es un sistema de ejercicios que tiene como objetivo mejorar la flexibilidad y fuerza del cuerpo sin incrementar volumen utiliza movimientos controlados con la mente y cuerpo esta terapia utiliza diferentes accesorios como colchonetas, bandas elásticas, pelotas y aros, estos accesorios permitirán tener una rutina de trabajo variada, por ejemplo con las bandas elásticas se podrá aumentar resistencia y con las pelotas se facilitará el trabajo en partes como muslos, cintura y caderas. A diferencia el Power Latino permite realizar ejercicio físico en medio de un ambiente musical siendo este una excelente terapia anti estrés, esta terapia utiliza gimnasia aeróbica y pasos de danza latinoamericana como la salsa, merengue, mambo, etc. Estas terapias estarán a cargo de un instructor especializado en la materia, aquí se ubicarán los diferentes equipos e implementos deportivos.

Sala de Té

Esta será un área pequeña destinada para el expendio de productos naturales como jugos, ensaladas, sandwiches, frutas, variedad de té entre otros.

Área de Vestidores

Esta área es de uso exclusivo para los clientes, aquí se ubicarán 12 lockers, 4 duchas normales, cuatro vestidores y 1 baño, estos espacios serán divididos tanto para mujeres como para hombres.

Área de Bodega

Es un lugar destinado para almacenar productos que servirán para realizar las distintas terapias, tratamientos faciales y corporales, productos para su expendio y útiles de limpieza. En esta área también se ubicarán generadores de calentamiento, bombas, calderos, tanques de gas, otros.

Parqueadero

El parqueadero será de uso exclusivo para los clientes y accionistas de la empresa existirán 15 estacionamientos.

4.8.2 ÁREAS DE BRÍO SPA TERAPÉUTICO

Cuadro No.91
ÁREAS DE BRÍO SPA TERAPÉUTICO

CUADRO DE ÁREAS BRÍO SPA TERAPÉUTICO			
Espacio		No. Usuarios	Área Total m ²
Ingreso	Parqueadero	1 a 15 vehículos	390
	Recepción y Sala de Espera	1 a 7 personas	27
	Sala de Té	1 a 10 personas	45
	Baño	1 persona	2,5
Área Seca	Administración	1 a 10 personas	42
	Consultorio Acupunturista	1 a 4 personas	12
	Tratamientos Faciales ,Corporales, Manicure y Pedicure	1 a 7 personas	33
	Masajes Terapéuticos y Reflexología	1 a 10 personas	72
Área Húmeda	Piscina, Polo, Hidromasaje y Área de Descanso	1 a 15 personas	150
	Baño Sauna, Baño Turco ,Área de Descanso, Baño de Cajón y Duchas	1 a 10 personas	98
Acondicionamiento Físico	Pilates y Power Latino	1 a 35 personas	78
Vestidores para hombres y mujeres	Duchas, Lockers, Baño	1 a 15 personas	85
Área de Mantenimiento	Cuarto de Máquinas y Bodega	1 a 2 personas	30
ÁREA TOTAL		121 personas	1.064,50

Fuente: Arquitecto Paul Cadena.

Elaborado por: María Augusta Semanate H.

La Infraestructura requerida para la construcción del Centro Terapéutico de Medicina Alternativa y Spa será de 1.064,5 m², los cuales se distribuyeron de la siguiente manera:

Cuadro No.92
INFRAESTRUCTURA REQUERIDA

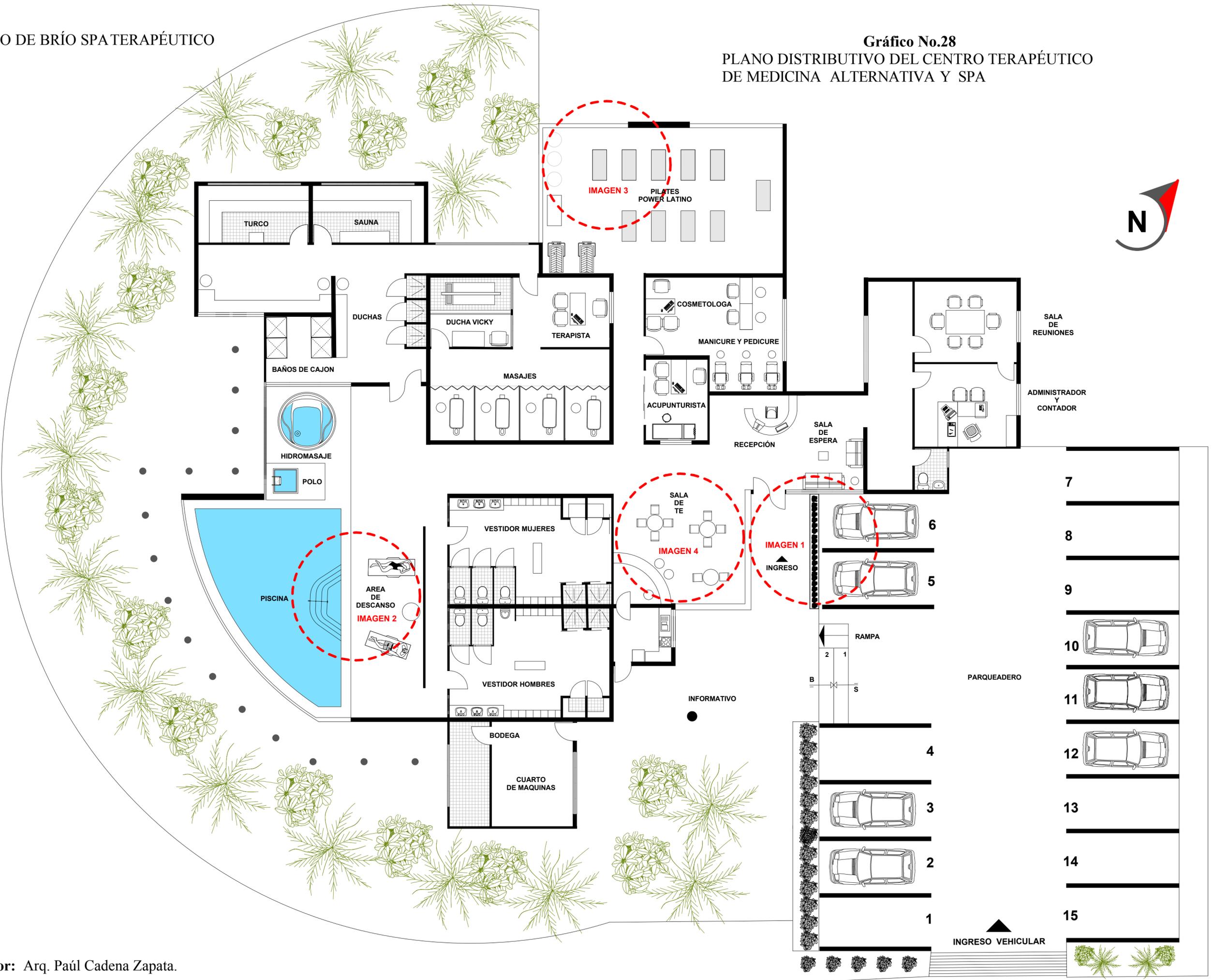
ÁREA DE INSTALACIONES	607,05 m ²
CIRCULACIÓN 10%	67,45 m ²
PARQUEADERO	390 m ²
ÁREA TOTAL	1.604,5 m²

Fuente: Arquitecto Paul Cadena.

Elaborado por: María Augusta Semanate H.

4.8.3 PLANO DE BRÍO SPATERAPÉUTICO

Gráfico No.28
PLANO DISTRIBUTIVO DEL CENTRO TERAPÉUTICO
DE MEDICINA ALTERNATIVA Y SPA



4.8.4 INSTALACIONES EXTERNAS E INTERNAS DEL CENTRO TERAPÉUTICO DE MEDICINA ALTERNATIVA Y SPA



GRÁFICO 29: INGRESO A BRÍO SPA TERAPÉUTICO



GRÁFICO 30: ÁREA DE HIDROTERAPIA



GRÁFICO 31: ÁREA DE PILATES Y POWER



GRÁFICO 32: ÁREA SALA DE TÉ

Elaborado por: Arquitecto Paul Cadena.

CAPÍTULO V

5. ESTUDIO ECONÓMICO Y EVALUACIÓN FINANCIERA

5.1 OBJETIVO GENERAL

Determinar la inversión necesaria para la creación del Centro Terapéutico de Medicina Alternativa y Spa y obtener los flujos de caja y estados financieros de modo que permitan entender el movimiento económico de la empresa.

5.2 OBJETIVOS ESPECIFICOS

- Calcular la inversión en activo fijo, activo diferido y capital de trabajo necesarios para la creación del Centro.
- Estipular el financiamiento del proyecto.
- Conocer la rentabilidad de la creación de Brío Spa Terapéutico.

5.3 PRESUPUESTOS

5.3.1 PRESUPUESTO DE INVERSIONES

Las inversiones constituyen todos los requerimientos que deben realizarse en activos fijos, activos diferidos y capital de trabajo necesarios para iniciar las operaciones de la empresa.

5.3.1.1 INVERSIÓN EN ACTIVOS FIJOS

Son todas aquellas inversiones que se realizan en bienes tangibles, es decir que se los puede tocar, para efectos contables están sujetos a depreciación. Por lo tanto se entiende por activos fijos a terrenos, edificios, maquinaria, herramientas, muebles de oficina y enseres, entre otros. La inversión en Activos Fijos que realizará el Centro Terapéutico de Medicina Alternativa y Spa se detalla en el siguiente cuadro:

Cuadro No.93
INVERSIÓN EN ACTIVOS FIJOS

Descripción	Total	
Terreno	*99.000,00	No se desembolsa
Obras Físicas	111.317,92	
Maquinaria y Equipos	21.189,01	
Equipos de Oficina	2.219,64	
Muebles y Enseres	6.464,73	
Subtotal	240.191,30	
Imprevistos 2% del Total Activos Fijos	4.803,83	
Total Activos Fijos	244.995,13	
	145.995,13	A desembolsar

Fuente: Estudio Técnico.

Elaborado por: María Augusta Semanate H.

Nota: *Este rubro no se tomará en cuenta como desembolso en el flujo de caja debido a que el espacio físico (terreno) requerido es de propiedad de la autora de esta investigación.

- **Terreno**

Es el espacio físico donde se va a establecer el proyecto se encuentra ubicado en el sector Quitumbe limitado por la Avenida Cóndor Ñan y su intersección con la Avenida Quitumbe Ñan, tiene una área de 1.100 m² y su costo en el mercado es de 99.000 dólares. Una gran oportunidad es que el terreno cumple con condiciones favorables para la construcción del centro, además que cuenta con vías de acceso rápidas para el visitante (tanto en vehículo como en cualquier unidad de transporte ya sea en bus o en trolebús), de igual manera existen todos los servicios básicos.

- **Obras Físicas**

Constituye la construcción del Centro Terapéutico de Medicina Alternativa y Spa, el valor requerido incluye limpieza del terreno, obra gris y acabados, este rubro fue determinado por el Arquitecto Paul Cadena.

- **Maquinaria y Equipos**

Está formado por el equipo y herramientas que se utilizará para los distintos servicios como son hidroterapia (equipos para piscina, sauna, turco, hidromasaje, baños de

cajón, ducha vichy y equipos de calentamiento), en el caso del servicio de acupuntura (busca puntos y equipo para magnoterapia), para el servicio de masajes terapéuticos y reflexología (camillas para masajes), para el servicio de tratamientos estéticos (equipo de estética ,esterilizador, tinas de pedicure) y para el servicio de pilates y power latino (pilates power gym, equipo de sonido, colchonetas, bandas elásticas, pelotas anti estrés, steps y aros).

- **Equipos de Oficina**

Equipos de computación necesarios para el desarrollo de actividades administrativas; 3 computadores, 1 impresora multifuncional, 1 impresora matricial y 1 mini central telefónica.

- **Muebles y Enseres**

Constituye todo el mobiliario para la implementación de centro y el conjunto de electrodomésticos necesarios para el área de sala de té.

5.3.1.1.1 DEPRECIACIÓN DE ACTIVOS FIJOS

La depreciación es la disminución de valor de los activos fijos, ya que cuando pasa el tiempo, con el uso, los bienes valen menos. Cabe mencionar que todos los activos fijos son susceptibles de depreciación a excepción de los terrenos. Para su cálculo se utilizó el método de línea recta⁶⁵, el mismo que se detalla en el siguiente cuadro:

Cuadro No.94
CÁLCULO DE DEPRECIACIÓN DE ACTIVOS FIJOS

<u>Activos Fijos</u>	<u>Valor</u>	<u>Vida Útil en Anos</u>	<u>% Depreciación Anual</u>	<u>Depreciación Anual</u>	<u>Depreciación Proyecta</u>	<u>Saldo Contable</u>
Maquinaria y Equipos	21.189,01	10	10%	2.118,90	10.594,51	10.594,51
Equipos de Oficina	2.219,64	3	33%	739,88	2.219,64	
Muebles y Enseres	6.464,73	10	10%	646,47	3.232,37	3.232,37
TOTAL	29.873,38			3.505,25	16.046,51	13.826,87

Fuente: Cuadro No.93.

Elaborado por: María Augusta Semanate H.



Estado de Resultados

⁶⁵ El método de línea recta consiste en depreciar (recuperar) una cantidad igual cada año por determinado número de años, los cuales están dados por el porcentaje aplicado. **Fuente:** BACA, Gabriel. Op. Cit. p. 167.

5.3.1.2 INVERSIÓN EN ACTIVOS DIFERIDOS

"Son todas aquellas inversiones que se realizan sobre activos constituidos por los servicios o derechos adquiridos necesarios para la puesta en marcha del proyecto."⁶⁶ Por tanto las inversiones en Activos Intangibles para este proyecto constituyen gastos de constitución y ejecución.

Gastos de Constitución

Los gastos de constitución comprenden gastos judiciales, trámites notariales, honorarios abogados, publicación en la prensa, permisos de funcionamiento, autorizaciones, entre otros.

Gastos de Ejecución

Los gastos de ejecución comprenden los desembolsos que se realizan en estudio de factibilidad y puesta en marcha.

Cuadro No.95
INVERSIÓN EN ACTIVOS DIFERIDOS

Descripción	Valor
GASTOS DE CONSTITUCIÓN	1.470,00
Cuenta Integración de Capital	400
Notaría Otorgamiento de Escritura Pública	120
Publicación en el periódico	75
Notaría, Asentamiento de Razones	25
Honorarios de Abogado	600
Copias	25
Movilización	45
Patente Municipal	180
GASTOS DE EJECUCIÓN	1.600,00
Estudio de Factibilidad	1.200,00
Capacitación	400
SUBTOTAL	3.070,00
Imprevistos 5%	153,50
TOTAL ACTIVOS DIFERIDOS	3.223,50

Fuente: Cuadro No.90.

Elaborado por: María Augusta Semanate H.

⁶⁶ MENESES ALVAREZ, Edilberto. *Preparación y Evaluación de Proyectos*. Tercera Edición. Editorial Quality Print. Ecuador. 2001. p.123.

5.3.1.2.1 AMORTIZACIÓN

"Amortización significa el cargo anual que se hace para recuperar la inversión, se aplica sobre los activos diferidos o intangibles ya que con el uso del tiempo no baja de precio o se deprecia"⁶⁷. A continuación, se presenta el cuadro de amortización de los activos diferidos:

Cuadro No.96
CÁLCULO DE AMORTIZACIÓN DE ACTIVOS DIFERIDOS

<u>Activos Fijos</u>	<u>Valor</u>	<u>Años</u>	<u>% Amortización</u>	<u>Amortización Anual</u>	<u>Amortización Proyecto</u>	<u>Saldo Contable</u>
Gastos de Constitución	1.470,00	5	20%	294,00	1.470,00	-
Gastos de Ejecución	1.600,00	5	20%	320,00	1.600,00	-
Total	3.070,00			614,00	3.070,00	-

Fuente: Cuadro No.95.

Elaborado por: María Augusta Semanate H.

↓
Estado de Resultados

5.3.1.3 CAPITAL DE TRABAJO

"El Capital de Trabajo se define como el conjunto de recursos necesarios que requiere el proyecto para la operación normal de sus actividades durante un ciclo productivo o de operación"⁶⁸. Es decir, representa el capital adicional requerido para que la empresa inicie sus actividades, cabe mencionar que es un capital distinto de la inversión en activo fijo y diferido.

Para el Centro Terapéutico de Medicina Alternativa y Spa el Capital de Trabajo será calculado mediante el método de desfase el cual se calcula mediante la suma de costos involucrados en el proyecto como materia prima, costo de mano de obra y gastos de operación junto con los días de desfase o tiempo de duración en días del ciclo de vida del servicio. Para esto se aplica la siguiente fórmula:

$$ICT = \frac{Ci}{365} * n_d$$

⁶⁷ BACA, Gabriel. Op. Cit. p. 166.

⁶⁸ El ciclo productivo se considera como el proceso que se inicia con la adquisición de materias primas y termina con la venta de p/s. MENESES ALVAREZ, Edilberto. Op. Cit. p.125.

En donde:

ICT = Inversión en Capital de Trabajo

Ci = Costos Involucrados o Costo Anual

Nd = número de días de desfase (30)

Por tanto:

Cuadro No.97
CÁLCULO ANUAL COSTOS INVOLUCRADOS

Costos Involucrados	Valor
Productos Medicina Alternativa	2.002,80
Productos Terapias Medicas Alternativas	3.283,70
Productos Tratamientos Estéticos	4.466,40
Productos de Apoyo de Operaciones	354,91
Productos para la Venta en Sala de Té	1.576,80
Productos Sugeridos en Servicios	1.245,00
Talento Humano	60.414,14
Insumos y Servicios Generales	4.755,69
Publicidad	6.628,00
Total Costos Involucrados	84.727,44

Fuente: Estudio Técnico.

Elaborado por: María Augusta Semanate H.

$$ICT = \frac{Ci}{365} * n_d$$

$$ICT = \frac{84.727,44}{365} * 30$$

$$ICT = 6.963,90$$

Por tanto la inversión en capital de trabajo es de **6.963,90 dólares**.

5.3.1.4 INVERSIÓN TOTAL DEL PROYECTO

Una vez determinada la inversión en Activos Fijos, Activos Diferidos y Capital de Trabajo, a continuación se presenta un resumen de la inversión total del proyecto.

Cuadro No.98
INVERSIÓN TOTAL DEL PROYECTO

<u>Inversión</u>	<u>Valor</u>	<u>Valor Inversión Total</u>
I. ACTIVO FIJO		244.995,13
Terreno	*99.000,00	
Obras Físicas	111.317,92	
Maquinaria y Equipos	21.189,01	
Equipos de Oficina	2.219,64	
Muebles y Enseres	6.464,73	
Imprevistos	4.803,83	
II. ACTIVOS DIFERIDOS		3.223,50
Gastos de Constitución	1.470,00	
Gastos de Ejecución	1.600,00	
Imprevistos	153,50	
III. CAPITAL DE TRABAJO		6.963,90
Capital de Trabajo	6.963,90	
TOTAL INVERSIONES DEL PROYECTO		255.182,53

Fuente: Cuadro No.93 - Cuadro No. 95 - Cuadro No.97.

Elaborado por: María Augusta Semanate H.

Nota: * Este rubro no se tomará en cuenta como desembolso en el flujo de caja debido a que el terreno es de propiedad de la autora de esta investigación.

La Inversión Total del Proyecto será de **255.182,53 dólares.**

5.3.1.5 CRONOGRAMA DE INVERSIONES

A fin de estimar el tiempo en que se realizarán las inversiones, a continuación se presenta el cronograma de inversiones del Centro Terapéutico de Medicina Alternativa y Spa, tomando en cuenta que debido a la naturaleza del proyecto las inversiones en Activos Fijos y Activos Diferidos se realizarán en el año cero y el Capital de Trabajo a partir del primer mes de funcionamiento.

Cuadro No.99
CRONOGRAMA DE INVERSIONES

Rubro/Años	0	1	2	3	4	5
Activo Fijo	244.995,13					
Terreno	*99.000,00					
Obras Físicas	111.317,92					
Maquinaria y Equipos	21.189,01					
Equipos de Oficina	2.219,64					
Muebles y Enseres	6.464,73					
Imprevistos 2%	4.803,83					
Activo Diferido	3.223,50					
Gastos de Constitución	1.470,00					
Gastos de Ejecución	1.600,00					
Imprevistos 5%	153,50					
Capital de Trabajo		6.963,90				
TOTAL INVERSIONES	248.218,63	6.963,90				

Fuente: Cuadro No.98.

Elaborado por: María Augusta Semanate H.

Nota: * Este rubro no se tomará en cuenta como desembolso en el flujo de caja debido a que el terreno es de propiedad de la autora de esta investigación.

5.3.2 PRESUPUESTO DE OPERACIÓN

5.3.2.1 PRESUPUESTO DE INGRESOS

"Los Ingresos Operacionales son aquellos que se producen en desarrollo de la actividad propia del negocio y se originan de la venta de bienes o servicios"⁶⁹.

Los ingresos de Centro Terapéutico de Medicina Alternativa y Spa provendrán de la venta de servicios y por la venta de productos, a continuación se los menciona:

VENTA DE SERVICIOS

Cuadro No.100
NÚMERO DE SESIONES DELSERVICIO MEDICINA ALTERNATIVA

Servicio Medicina Alternativa	Número Mínimo de Sesiones
Acupuntura	5

Elaborado por: María Augusta Semanate H.

⁶⁹ ORTIZ, Héctor. *Finanzas Básicas para no Financieros*. 1ra. Edición. Ediciones Thompson. Colombia. p. 55.

Cuadro No.101
NÚMERO DE SESIONES DELSERVICIO TERAPIAS
MÉDICAS ALTERNATIVAS

<u>Servicio Terapias Médicas Alternativas</u>	<u>Número Mínimo de Sesiones</u>
Hidroterapia	5
Baños de Cajón	5
Reflexología	5
Masaje Terapéutico	5
Masaje Anti estrés	5
Masaje Holístico	5

Elaborado por: María Augusta Semanate H.

Cuadro No.102
NÚMERO DE SESIONES DEL SERVICIO TRATAMIENTOS ESTÉTICOS

<u>Servicio Tratamientos Estéticos</u>	<u>Número Mínimo de Sesiones</u>
<u>Tratamientos Faciales</u>	
Limpieza Básica	6
Limpieza Profunda	6
Anti manchas	6
Acné	6
Líneas de Expresión	6
<u>Tratamientos Corporales</u>	
Envolturas	6
Vendas Frías y Calientes	6
Anti celulítico	6
<u>Belleza</u>	
Manicure	1
Pedicure	1
Depilación Cejas	1
Depilación Piernas	1
Depilación Axilas	1
Depilación Bikini	1

Elaborado por: María Augusta Semanate H.

Cuadro No.103
NÚMERO DE SESIONES DELSERVICIO
ACONDICIONAMIENTO FÍSICO

<u>Servicio Acondicionamiento Físico</u>	<u>Número Mínimo de Sesiones</u>
Pilates	1
Power Latino	1

Elaborado por: María Augusta Semanate H.

Cuadro No.104
PAQUETE

<u>Paquete Promocional</u>
Piscina con 4 chorros +ducha vichy+ baño turco +masaje relajante+ limpieza facial básica +refrigerio.

Elaborado por: María Augusta Semanate H.

VENTA DE PRODUCTOS

Cuadro No.105
PRODUCTOS DE VENTA SALA DE TÉ

Producto	
Bebidas	Limonadas
	Agua
	Sodas Dietéticas
	Café
	Jugos Naturales
	Té
Sánduche	Sánduche de queso
	Sánduche de jamón
	Sánduche mixto
Golosina	Ensalada de Frutas
	Postre
	Snacks

Elaborado por: María Augusta Semanate H.

Cuadro No.106
PRODUCTOS SUGERIDOS EN SERVICIOS

Otros Productos
Esencias
Inciensos
CD música instrumental
Crema para pies cansados
Crema con mineral terapéutica
Crema exfoliante corporal

Elaborado por: María Augusta Semanate H.

Nota: El Centro Terapéutico de Medicina Alternativa y Spa tendrá todas las áreas equipadas con cromoterapia, musicoterapia y aromaterapia, a fin de brindar al cliente un ambiente relajante y acogedor, cabe señalar que estos servicios se encuentran incluidos en el precio de cada una de las terapias alternativas.

5.3.2.1.1 ESTIMACIÓN DE PRECIOS

Una vez determinado el tipo de terapias, tratamientos y productos que se va a ofrecer en el Centro Terapéutico de Medicina Alternativa y Spa, se fija los precios de cada uno de ellos tomando en cuenta dos aspectos: los costos de los insumos necesarios para la prestación del servicio, para lo que fue necesario establecer un costo promedio por sesión (Ver Anexo No.7) y precios de la competencia (Ver Cuadros No.30 No.31 No.32). Cabe señalar que los precios fueron determinados tomando un promedio de precios.

A continuación, se presentan los precios estimados para cada uno de los servicios y productos que ofrecerá el Centro Terapéutico de Medicina Alternativa y Spa.

Cuadro No.107
PRECIOS SERVICIO MEDICINA ALTERNATIVA

<u>Servicio</u>	<u>Precio mínimo por sesión</u> (dólares)	<u>Precio máximo por sesión</u> (dólares)	<u>Precio Promedio</u> (dólares)	<u>Número Mínimo de Sesiones</u>	<u>Precio Total Sesiones</u>
Medicina Alternativa					
Acupuntura	15,00	30,00	22,50	5	112,50
Precio Promedio Total			22,50		

Fuente: Investigación de Mercados y estimación propia.

Elaborado por: María Augusta Semanate H.

Cuadro No.108
PRECIOS SERVICIO TERAPIAS MÉDICAS ALTERNATIVAS

<u>Servicio</u>	<u>Precio Mínimo Sesiones</u>	<u>Precio Mínimo Sesiones</u>	<u>Precio Promedio</u>	<u>Número Mínimo de Sesiones</u>	<u>Precio Total Sesiones</u>
Terapias Médicas Alternativas					
Hidroterapia	8,00	15,00	11,50	5	57,50
Baños de Cajón	4,00	8,00	6,00	5	30,00
Reflexología	8,00	20,00	14,00	5	70,00
Masaje Terapéutico	20,00	30,00	25,00	5	125,00
Masaje Anti estrés	12,00	28,00	20,00	5	100,00
Masaje Holístico	16,50	29,00	22,75	5	113,75
Precio Promedio Total			16,54		

Fuente: Investigación de Mercados y estimación propia.

Elaborado por: María Augusta Semanate H.

Cuadro No.109
PRECIOS SERVICIO ACONDICIONAMIENTO FÍSICO

<u>Servicio</u>	<u>Precio mínimo por sesión</u> (dólares)	<u>Precio máximo por sesión</u> (dólares)	<u>Precio Promedio</u> (dólares)	<u>Número Mínimo de Sesiones</u>	<u>Precio Total Sesiones al Mes</u>
Acondicionamiento Físico					
Pilates	30,00	45,00	37,50	1	37,50
Power Latino	29,00	40,00	34,50	1	34,50
Precio Promedio Total			36,00		

Fuente: Investigación de Mercados y estimación propia.

Elaborado por: María Augusta Semanate H.

Cuadro No.110
PRECIOS SERVICIO TRATAMIENTOS ESTÉTICOS

<u>Servicio</u>	<u>Precio Mínimo Sesiones</u>	<u>Precio Máximo Sesiones</u>	<u>Precio Promedio</u>	<u>Número Mínimo de Sesiones</u>	<u>Precio Total Sesiones</u>
<u>Tratamientos Faciales</u>					
Limpieza Básica	12,00	17,00	14,50	6	87,00
Limpieza Profunda	20,00	40,00	30,00	6	180,00
Anti manchas	22,00	35,00	28,50	6	171,00
Acné	15,00	35,00	25,00	6	150,00
Líneas de Expresión	19,00	29,00	24,00	6	144,00
<u>Tratamientos Corporales</u>					
Envolturas	20,00	35,00	27,50	6	165,00
Vendas Frías y Calientes	15,00	23,00	19,00	6	114,00
Anti celulítico	18,00	45,00	31,50	6	189,00
<u>Belleza</u>					
Manicure	2,00	6,00	4,00	1	4,00
Pedicure	6,00	10,00	8,00	1	8,00
Depilación Cejas	3,00	7,00	5,00	1	5,00
Depilación Piernas	6,00	10,00	8,00	1	8,00
Depilación Axilas	4,50	8,00	6,25	1	6,25
Depilación Bikini	5,00	10,00	7,50	1	7,50
Precio Promedio Total			17,05		

Fuente: Investigación de Mercados y estimación propia.

Elaborado por: María Augusta Semanate H.

Cuadro No.111
PRECIOS SERVICIO PAQUETE

<u>Servicio</u>	<u>Precio mínimo por sesión (dólares)</u>	<u>Precio máximo por sesión (dólares)</u>	<u>Precio Promedio (dólares)</u>	<u>Número Mínimo de Sesiones</u>	<u>Precio Total Sesiones</u>
<u>Paquete</u>					
Piscina con 4 chorros +ducha vichy+ baño turco +masaje relajante +limpieza facial básica + refrigerio.	27,00	45,00	36,00	1	36,00
Precio Promedio Total			36,00		

Fuente: Investigación de Mercados y estimación propia.

Elaborado por: María Augusta Semanate H.

Cuadro No.112
PRECIOS PRODUCTOS PARA LA VENTA

Productos		Precio mínimo (dólares)	Precio Máximo (dólares)	Precio Promedio (dólares)
Sala de Té	Limonadas (Jarra)	1,50	2,50	2,00
	Agua (500 cm ³)	0,25	0,45	0,35
	Sodas Dietéticas (250 ml)	0,45	0,60	0,53
	Café	0,60	1,00	0,80
	Jugos Naturales	0,90	1,50	1,20
	Té	0,80	1,20	1,00
	Sánduche de queso	0,40	0,80	0,60
	Sánduche de jamón	0,80	1,60	1,20
	Sánduche mixto	0,85	1,65	1,25
	Ensalada de Frutas	1,50	2,90	2,20
	Postre	0,60	1,50	1,05
	Snacks	0,24	0,35	0,30
	Productos Sugeridos en Servicios	Esencias	3,25	9,75
Inciensos		0,80	2,40	1,60
CD música instrumental		1,00	3,00	2,00
Crema para pies cansados		3,15	9,45	6,30
Crema con mineral terapéutica		4,45	13,35	8,90
Crema exfoliante corporal		6,17	18,51	12,34

Fuente: Investigación de Mercados y estimación propia.

Elaborado por: María Augusta Semanate H.

5.3.2.1.2 PROYECCIÓN DE VENTAS

Una vez determinado el número y porcentaje de clientes que aceptan los servicios y productos del Centro Terapéutico de Medicina Alternativa y Spa (Ver Capítulo IV, Cuadros No.) y los costos promedios de cada uno de los servicios y productos, se estima el presupuesto de ingresos, tomando en cuenta que los precios subirán conforme a la inflación anual (noviembre 2010 – noviembre 2009) que es de 3,39% anual de acuerdo a dato obtenido por el Banco Central del Ecuador y que la cantidad de clientes aumentará en un 1% anual. Para el cálculo se aplicó la siguiente fórmula:

$$I = P (1+i_1)^{n-1} * Q (1+i_2)^{n-1}$$

I=Ingreso

P=Precio

Q=Cantidad

*i*₁= porcentaje de inflación

*i*₂= porcentaje de crecimiento de la demanda

Cuadro No.113
INGRESOS POR SERVICIOS

Tipo de Ingresos	Precio de Venta (P)	Cantidad Anual (Q)	Ingreso Año 1	Ingreso Año 2	Ingreso Año 3	Ingreso Año 4	Ingreso Año 5
Ingresos por Servicios							
Medicina Alternativa	22,50	1.104	24.840,00	25.938,90	27.086,41	28.284,68	29.535,97
Terapias Médicas Alternativas	16,54	11.640	192.525,60	201.042,74	209.936,67	219.224,06	228.922,31
Acondicionamiento Físico	36,00	168	6.048,00	6.315,56	6.594,95	6.886,71	7.191,37
Tratamientos Estéticos	17,05	1.224	20.869,20	21.792,43	22.756,51	23.763,23	24.814,49
Total Ingresos por Servicios			244.282,80	255.089,63	266.374,54	278.158,68	290.464,14

Elaborado por: María Augusta Semanate H.

Cuadro No.114
INGRESOS POR PRODUCTOS

Tipo de Ingresos	Precio de Venta (P)	Cantidad Anual (Q)	Ingreso Año 1	Ingreso Año 2	Ingreso Año 3	Ingreso Año 4	Ingreso Año 5
Ingresos por Productos							
Sala de Té	2,00	660	1.320,00	1.378,40	1.439,37	1.503,05	1.569,54
	0,35	228	79,80	83,33	87,02	90,87	94,89
	0,53	180	95,40	99,62	104,03	108,63	113,44
	0,80	60	48,00	50,12	52,34	54,66	57,07
	1,20	240	288,00	300,74	314,05	327,94	342,45
	1,00	60	60,00	62,65	65,43	68,32	71,34
	0,60	132	79,20	82,70	86,36	90,18	94,17
	1,20	96	115,20	120,30	125,62	131,18	136,98
	1,25	288	360,00	375,93	392,56	409,92	428,06
	2,20	396	871,20	909,74	949,99	992,01	1.035,90
	1,05	180	189,00	197,36	206,09	215,21	224,73
	0,30	84	25,20	26,31	27,48	28,69	29,96
Otros Productos	6,50	60	390,00	407,25	425,27	444,08	463,73
	1,60	36	57,60	60,15	62,81	65,59	68,49
	2,00	36	72,00	75,19	78,51	81,98	85,61
	6,30	48	302,40	315,78	329,75	344,34	359,57
	8,90	36	320,40	334,57	349,38	364,83	380,97
	12,34	36	444,24	463,89	484,41	505,84	528,22
Total Ingresos por Productos Sala de Té			5.117,64	5.344,04	5.580,45	5.827,33	6.085,12

Elaborado por: María Augusta Semanate H.

**Cuadro No.115
INGRESOS POR PAQUETES**

<u>Tipo de Ingresos</u>	<u>Precio de Venta (P)</u>	<u>Cantidad Anual (Q)</u>	<u>Ingreso Año 1</u>	<u>Ingreso Año 2</u>	<u>Ingreso Año 3</u>	<u>Ingreso Año 4</u>	<u>Ingreso Año 5</u>
Ingresos por Paquetes							
Paquete	36,00	72	2.592,00	2.706,67	2.826,41	2.951,45	3.082,01
Total Ingresos por Paquetes			2.592,00	2.706,67	2.826,41	2.951,45	3.082,01

Elaborado por: María Augusta Semanate H.

Una vez realizado el presupuesto de ingresos por servicio, producto y paquete, a continuación se presenta un resumen de los mismos:

**Cuadro No.116
PROYECCIÓN DE VENTAS**

Tipo de Ingreso	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ingresos por Servicios	244.282,80	255.089,63	266.374,54	278.158,68	290.464,14
Ingresos por Productos Sala de Té	5.117,64	5.344,04	5.580,45	5.827,33	6.085,12
Ingresos por Paquete	2.592,00	2.706,67	2.826,41	2.951,45	3.082,01
Total Ingresos	251.992,44	263.140,33	274.781,40	286.937,45	299.631,28

Elaborado por: María Augusta Semanate H.

5.3.2.2 COSTOS Y GASTOS

5.3.2.2.1 COSTOS

Partiendo del concepto, "costo es un desembolso en efectivo o en especie hecho en el pasado, presente, en el futuro o en forma virtual, que tiene la intención de generar un ingreso o beneficio en el futuro."⁷⁰ De acuerdo a su naturaleza se clasifican en costos directos y costos indirectos, los cuales se detallan a continuación:

COSTOS DIRECTOS

Son aquellos costos que intervienen en forma directa en la prestación del servicio, dentro de este rubro se consideraron el costo de mano de obra directa y el costo de materia prima directa.

⁷⁰ BACA, Gabriel. Op. Cit. p. 161.

a) COSTO DE MANO DE OBRA DIRECTA

Representa el talento humano que interviene en forma directa en la prestación del servicio, para el inicio de actividades de Brío Spa Terapéutico se contará con 7 profesionales quienes serán encargados de la ejecución de las diferentes terapias y tratamientos. A continuación se presenta un cuadro de remuneraciones en cuanto a la mano de obra directa:

**Cuadro No.117
RESUMEN COSTO MANO DE OBRA DIRECTA**

EMPLEADOS	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Médico Acupunturista	8.191,90	9.455,51	9.916,29	10.400,10	10.908,11
Terapista 1	5.011,14	5.769,31	6.045,77	6.336,06	6.640,87
Terapista 2	5.011,14	5.769,31	6.045,77	6.336,06	6.640,87
Terapista 3	5.011,14	5.769,31	6.045,77	6.336,06	6.640,87
Cosmetóloga	5.011,14	5.769,31	6.045,77	6.336,06	6.640,87
Auxiliar de Cosmetología	3.709,92	4.261,32	4.462,38	4.673,50	4.895,18
Instructor Pilates y Power Latino	2.553,28	2.920,88	3.054,92	3.195,67	3.343,45
Total Mano de Obra Directa	34.499,66	39.714,94	41.616,69	43.613,52	45.710,20

Fuente: Cuadro No.119, Cuadro No.119, Cuadro No.120, Cuadro No.121, Cuadro No.122.

Elaborado por: María Augusta Semanate H.

Como se menciona en el Estudio Técnico el Instructor de pilates y power latino será contratado bajo la modalidad de tiempo parcial⁷¹. De este modo el instructor de pilates y power latino prestará sus servicios de martes a sábado 4 horas diarias.

**Cuadro No.118
COSTO DE MANO DE OBRA DIRECTA AÑO 1**

EMPLEADOS	Sueldo	Décimo Tercero	Décimo Cuarto	Fondos de Reserva (8,33%)	Vacaciones	Aportación Patronal	Pago Mensual	Pago Anual
Médico Acupunturista	550,00	45,83	20,00			66,83	682,66	8.191,90
Terapista 1	330,00	27,50	20,00			40,10	417,60	5.011,14
Terapista 2	330,00	27,50	20,00			40,10	417,60	5.011,14
Terapista 3	330,00	27,50	20,00			40,10	417,60	5.011,14
Cosmetóloga	330,00	27,50	20,00			40,10	417,60	5.011,14
Auxiliar de Cosmetología	240,00	20,00	20,00			29,16	309,16	3.709,92
Instructor Pilates y Power Latino	160,00	13,33	20,00			19,44	212,77	2.553,28
Total Mano de Obra Directa								34.499,66

Fuente: Ministerio de Relaciones Laborables y Estimación Propia.

Elaborado por: María Augusta Semanate H.

⁷¹ El contrato de tiempo parcial, es aquel en que el trabajador se obliga para con el empleador a prestar sus servicios lícitos y personales durante jornadas completas o parciales, además el trabajador y empleador pueden estipular libremente el sueldo o salario, que no puede ser menor a la parte proporcional del salario mínimo vital general considerando que el trabajador tiene derecho a percibir los beneficios de ley en parte proporcional. **Fuente:** Ministerio de Relaciones Laborales - Código de Trabajo, Ley No.133.

Cuadro No.119
COSTO DE MANO DE OBRA DIRECTA AÑO 2

EMPLEADOS	Sueldo	Décimo Tercero	Décimo Cuarto	Fondos de Reserva (8,33%)	Vacaciones	Aportación Patronal	Pago Mensual	Pago Anual
Médico Acupunturista	577,50	48,13	20,00	48,11	24,06	70,17	787,96	9.455,51
Terapista 1	346,50	28,88	20,00	28,86	14,44	42,10	480,78	5.769,31
Terapista 2	346,50	28,88	20,00	28,86	14,44	42,10	480,78	5.769,31
Terapista 3	346,50	28,88	20,00	28,86	14,44	42,10	480,78	5.769,31
Cosmetóloga	346,50	28,88	20,00	28,86	14,44	42,10	480,78	5.769,31
Auxiliar de Cosmetología	252,00	21,00	20,00	20,99	10,50	30,62	355,11	4.261,32
Instructor Pilates y Power Latino	168,00	14,00	20,00	13,99	7,00	20,41	243,41	2.920,88
Total Mano de Obra Directa								39.714,94

Incremento 5% al año.

Desde el segundo año se pagaran vacaciones.

Fuente: Ministerio de Relaciones Laborables y Estimación Propia.

Elaborado por: María Augusta Semanate H.

Cuadro No.120
COSTO DE MANO DE OBRA DIRECTA AÑO 3

EMPLEADOS	Sueldo	Décimo Tercero	Décimo Cuarto	Fondos de Reserva (8,33%)	Vacaciones	Aportación Patronal	Pago Mensual	Pago Anual
Médico Acupunturista	606,38	50,53	20,00	50,51	25,27	73,67	826,36	9.916,29
Terapista 1	363,83	30,32	20,00	30,31	15,16	44,20	503,81	6.045,77
Terapista 2	363,83	30,32	20,00	30,31	15,16	44,20	503,81	6.045,77
Terapista 3	363,83	30,32	20,00	30,31	15,16	44,20	503,81	6.045,77
Cosmetóloga	363,83	30,32	20,00	30,31	15,16	44,20	503,81	6.045,77
Auxiliar de Cosmetología	264,60	22,05	20,00	22,04	11,03	32,15	371,87	4.462,38
Instructor Pilates y Power Latino	176,40	14,70	20,00	14,69	7,35	21,43	254,58	3.054,92
Total Mano de Obra Directa								41.616,69

Incremento 5% al año.

Fuente: Ministerio de Relaciones Laborables y Estimación Propia.

Elaborado por: María Augusta Semanate H.

Cuadro No.121
COSTO DE MANO DE OBRA DIRECTA AÑO 4

EMPLEADOS	Sueldo	Décimo Tercero	Décimo Cuarto	Fondos de Reserva (8,33%)	Vacaciones	Aportación Patronal	Pago Mensual	Pago Anual
Médico Acupunturista	636,69	53,06	20,00	53,04	26,53	77,36	866,68	10.400,10
Terapista 1	382,02	31,83	20,00	31,82	15,92	46,41	528,01	6.336,06
Terapista 2	382,02	31,83	20,00	31,82	15,92	46,41	528,01	6.336,06
Terapista 3	382,02	31,83	20,00	31,82	15,92	46,41	528,01	6.336,06
Cosmetóloga	382,02	31,83	20,00	31,82	15,92	46,41	528,01	6.336,06
Auxiliar de Cosmetología	277,83	23,15	20,00	23,14	11,58	33,76	389,46	4.673,50
Instructor Pilates y Power Latino	185,22	15,44	20,00	15,43	7,72	22,50	266,31	3.195,67
Total Mano de Obra Directa								43.613,52

Incremento 5% al año.

Fuente: Ministerio de Relaciones Laborables y Estimación Propia.

Elaborado por: María Augusta Semanate H.

Cuadro No.122
COSTO DE MANO DE OBRA DIRECTA AÑO 5

EMPLEADOS	Sueldo	Décimo Tercero	Décimo Cuarto	Fondos de Reserva (8,33%)	Vacaciones	Aportación Patronal	Pago Mensual	Pago Anual
Médico Acupunturista	668,53	55,71	20,00	55,69	27,86	81,23	909,01	10.908,11
Terapista 1	401,12	33,43	20,00	33,41	16,71	48,74	553,41	6.640,87
Terapista 2	401,12	33,43	20,00	33,41	16,71	48,74	553,41	6.640,87
Terapista 3	401,12	33,43	20,00	33,41	16,71	48,74	553,41	6.640,87
Cosmetóloga	401,12	33,43	20,00	33,41	16,71	48,74	553,41	6.640,87
Auxiliar de Cosmetología	291,72	24,31	20,00	24,30	12,16	35,44	407,93	4.895,18
Instructor Pilates y Power Latino	194,48	16,21	20,00	16,20	8,10	23,63	278,62	3.343,45
Total Mano de Obra Directa								45.710,20

Incremento 5% al año.

Fuente: Ministerio de Relaciones Laborables y Estimación Propia.

Elaborado por: María Augusta Semanate H.

b) COSTO DE MATERIA PRIMA DIRECTA

El Centro Terapéutico de Medicina Alternativa y Spa será una empresa que ofrecerá servicios por lo que necesitará de insumos para brindar los servicios y productos ofrecidos, estos insumos se considerarán como materia prima. Con el incremento de clientes también se incrementarán los costos pero con seguridad no en la misma proporción, por lo cual se ha fijado un incremento anual de precios del 10%.⁷²

Cuadro No.123
COSTO MATERIA PRIMA DIRECTA

Material Directo	Valor
Costo Materia Prima Medicina Alternativa	2.002,80
Costo Materia Prima Terapias Medicas Alternativas	3.283,70
Costo Materia Prima Tratamientos Estéticos	4.466,40
Total Costo Material Directo	9.752,90

Fuente: Investigación de Mercados.

Elaborado por: María Augusta Semanate H.

Cuadro No.124
PROYECCIÓN COSTO MATERIA PRIMA DIRECTA

Detalle	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Costo Materia Prima Directa	9.752,90	10.728,19	11.801,01	12.981,11	14.279,22

Fuente: Estimación Propia.

Elaborado por: María Augusta Semanate H.

COSTOS INDIRECTOS

Son aquellos costos que son necesarios para el desenvolvimiento de la empresa pero no intervienen directamente en la prestación del servicio.

a) COSTO DE MANO DE OBRA INDIRECTA

La mano de obra indirecta es aquella que no interviene directamente en la prestación del servicio, pero su colaboración es de gran importancia para ofrecer un servicio de calidad.

⁷² Según funcionarios de la Dirección de Estadísticas Económicas del Banco Central del Ecuador no existe oficialmente proyecciones de inflación hasta el año 2015, recomiendan estimar un porcentaje moderado, debido a que las proyecciones de inflación son realizadas mediante modelos econométricos tomando en cuenta la inflación internacional más las variables que pueden afectar a la inflación, datos que se podrán obtener en el año 2011. **Fuente:** Banco Central del Ecuador.

Cuadro No.125
RESUMEN COSTO MANO DE OBRA INDIRECTA

<u>MANO DE OBRA INDIRECTA</u>	<u>Año 1</u>	<u>Año 2</u>	<u>Año 3</u>	<u>Año 4</u>	<u>Año 5</u>
Ayudante de cocina	3.709,92	4.261,32	4.462,38	4.673,50	4.895,18
Ayudante de limpieza	3.709,92	4.261,32	4.462,38	4.673,50	4.895,18
Total Mano de Obra Indirecta	7.419,84	8.522,63	8.924,76	9.347,00	9.790,35

Fuente: Cuadro No.126, 127, 128, 129,130.

Elaborado por: María Augusta Semanate H.

Cuadro No.126
COSTO DE MANO DE OBRA INDIRECTA AÑO 1

<u>MANO DE OBRA INDIRECTA</u>	<u>Sueldo</u>	<u>Décimo Tercero</u>	<u>Décimo Cuarto</u>	<u>Fondos de Reserva (8,33%)</u>	<u>Vacaciones</u>	<u>Aportación Patronal</u>	<u>Pago Mensual</u>	<u>Pago Anual</u>
Ayudante de cocina	240,00	20,00	20,00			29,16	309,16	3.709,92
Ayudante de limpieza	240,00	20,00	20,00			29,16	309,16	3.709,92
TOTAL								7.419,84

Fuente: Ministerio de Relaciones Laborables y Estimación Propia.

Elaborado por: María Augusta Semanate H.

Cuadro No.127
COSTO DE MANO DE OBRA INDIRECTA AÑO 2

<u>MANO DE OBRA INDIRECTA</u>	<u>Sueldo</u>	<u>Décimo Tercero</u>	<u>Décimo Cuarto</u>	<u>Fondos de Reserva (8,33%)</u>	<u>Vacaciones</u>	<u>Aportación Patronal</u>	<u>Pago Mensual</u>	<u>Pago Anual</u>
Ayudante de cocina	252,00	21,00	20,00	20,99	10,50	30,62	355,11	4.261,32
Ayudante de limpieza	252,00	21,00	20,00	20,99	10,50	30,62	355,11	4.261,32
TOTAL								8.522,63

Incremento 5% anual

A partir del segundo año se pagarán vacaciones.

Fuente: Ministerio de Relaciones Laborables y Estimación Propia

Elaborado por: María Augusta Semanate H.

Cuadro No.128
COSTO DE MANO DE OBRA INDIRECTA AÑO 3

<u>MANO DE OBRA INDIRECTA</u>	<u>Sueldo</u>	<u>Décimo Tercero</u>	<u>Décimo Cuarto</u>	<u>Fondos de Reserva (8,33%)</u>	<u>Vacaciones</u>	<u>Aportación Patronal</u>	<u>Pago Mensual</u>	<u>Pago Anual</u>
Ayudante de cocina	264,60	22,05	20,00	22,04	11,03	32,15	371,87	4.462,38
Ayudante de limpieza	264,60	22,05	20,00	22,04	11,03	32,15	371,87	4.462,38
TOTAL								8.924,76

Incremento 5% anual.

Fuente: Ministerio de Relaciones Laborables y Estimación Propia

Elaborado por: María Augusta Semanate H.

Cuadro No.129
COSTO DE MANO DE OBRA INDIRECTA AÑO 4

<u>MANO DE OBRA INDIRECTA</u>	Sueldo	Décimo Tercero	Décimo Cuarto	Fondos de Reserva (8,33%)	Vacaciones	Aportación Patronal	Pago Mensual	Pago Anual
Ayudante de cocina	277,83	23,15	20,00	23,14	11,58	33,76	389,46	4.673,50
Ayudante de limpieza	277,83	23,15	20,00	23,14	11,58	33,76	389,46	4.673,50
TOTAL								9.347,00

Incremento 5% anual.

Fuente: Ministerio de Relaciones Laborables y Estimación Propia

Elaborado por: María Augusta Semanate H.

Cuadro No.130
COSTO DE MANO DE OBRA INDIRECTA AÑO 5

<u>MANO DE OBRA INDIRECTA</u>	Sueldo	Décimo Tercero	Décimo Cuarto	Fondos de Reserva (8,33%)	Vacaciones	Aportación Patronal	Pago Mensual	Pago Anual
Ayudante de cocina	291,72	24,31	20,00	24,30	12,16	35,44	407,93	4.895,18
Ayudante de limpieza	291,72	24,31	20,00	24,30	12,16	35,44	407,93	4.895,18
TOTAL								9.790,35

Incremento 5% anual.

Fuente: Ministerio de Relaciones Laborables y Estimación Propia

Elaborado por: María Augusta Semanate H.

b) COSTO DE MATERIA PRIMA INDIRECTA

Se han considerado costos de materia prima indirecta aquellos productos que se ofrecerá en venta en la sala de té y otros productos como esencias, inciensos, cremas y exfoliantes varios. Con el incremento de clientes también se incrementarán los costos pero con seguridad no en la misma proporción, por lo cual se ha fijado un incremento anual de precios del 10%.

Cuadro No.131
COSTO MATERIA PRIMA INDIRECTA

<u>Materia Prima Indirecta</u>	<u>Valor</u>
Productos de Venta en la Sala de Té	1.576,80
Productos Sugeridos en Servicios	1.245,00
Productos de Apoyo de Operaciones	354,91
Costo Materia Prima Indirecta	3.176,71

Fuente: Investigación de Mercados.

Elaborado por: María Augusta Semanate H.

Cuadro No.132
PROYECCIÓN COSTO MATERIA PRIMA INDIRECTA

<u>Detalle</u>	<u>Año 1</u>	<u>Año 2</u>	<u>Año 3</u>	<u>Año 4</u>	<u>Año 5</u>
Costo Materia Prima Indirecta	3.176,71	3.494,38	3.843,82	4.228,20	4.651,02

Incremento 10% anual.

Fuente: Estimación Propia.

Elaborado por: María Augusta Semanate H.

c) COSTO DE REPARACIÓN Y MANTENIMIENTO

Son una previsión futura y son muy difíciles de estimar con anticipación ya que van en relación al uso y cuidado de los activos, por tanto se estimó que el costo de mantenimiento será el 1% del valor de compra de los activos fijos: maquinaria y equipos, equipos de oficina y muebles de enseres; es decir sobre un total de 29.873,38 dólares obteniendo como resultado 298,73 dólares al año. A esto se añadirá 85 dólares valor que se pagará por desinfectación de piscina y tratamientos de agua, cabe señalar que este rubro se realizará en forma semestral, por tanto el valor que se pagará anualmente será: 468,73 dólares.

Cuadro No.133
COSTO DE REPARACIÓN Y MANTENIMIENTO

<u>Detalle</u>	<u>Valor Anual</u>
Mantenimiento de Equipos y Maquinaria	468,73
Costo de Reparación y Mantenimiento	468,73

Fuente: Investigación de Mercados.

Elaborado por: María Augusta Semanate H.

Cuadro No.134
PROYECCIÓN COSTO DE REPARACIÓN Y MANTENIMIENTO

<u>Detalle</u>	<u>Año 1</u>	<u>Año 2</u>	<u>Año 3</u>	<u>Año 4</u>	<u>Año 5</u>
Reparación y Manteamiento	468,73	515,60	567,16	623,88	686,27

Se estima un incremento 10% anual, debido a la inflación y otros elementos del entorno.

Fuente: Estimación propia.

Elaborado por: María Augusta Semanate H.

5.3.2.2.2 GASTOS

a) GASTOS OPERACIONALES

"Los Gastos Operacionales son los egresos en los que incurre la empresa para cumplir con su actividad principal."⁷³

En este estudio se ha determinado como gastos operacionales: a la depreciación de activos fijos, amortización de activos diferidos y al gasto por servicios generales.

⁷³ BRAVO, Mercedes. *Contabilidad General*. 6ta. Edición. Editora NUEVODIA. Quito – Ecuador. p.202.

**Cuadro No.135
DEPRECIACIÓN Y AMORTIZACIÓN**

<u>Detalle</u>	<u>Valor</u>	<u>Años</u>	<u>Depreciación v Amortización Anual</u>
Activos Fijos			Depreciación
Maquinaria y Equipos	21.189,01	10	2.118,90
Equipos de Oficina	2.219,64	3	739,88
Muebles y Enseres	6.464,73	10	646,47
Activos Diferidos			Amortización
Gastos de Constitución	1.470,00	5	294,00
Gastos de Ejecución	1.600,00	5	320,00
Depreciación y Amortización	32.943,38		4.119,25

Elaborado por: María Augusta Semanate H.

**Cuadro No.136
GASTOS GENERALES**

<u>Detalle</u>	<u>Valor Anual</u>
Servicios Básicos	4.224,00
Suministros de Limpieza	411,47
Suministros de Oficina	120,22
Gastos Generales	4.759,66

Elaborado por: María Augusta Semanate H.

**Cuadro No.137
PROYECCIÓN GASTOS GENERALES**

<u>Detalle</u>	<u>Año 1</u>	<u>Año 2</u>	<u>Año 3</u>	<u>Año 4</u>	<u>Año 5</u>
Gastos Generales	4.755,69	5.231,26	5.754,38	6.329,82	6.962,81

Se estima un incremento 10% anual, debido a la inflación y otros elementos del entorno.

Elaborado por: María Augusta Semanate H.

b) GASTOS DE ADMINISTRACIÓN

Son todos los gastos que se relacionan en forma directa con el funcionamiento de la oficina o departamento administrativo⁷⁴, por tanto dentro de este rubro se consideró sueldos del administrador, contador y secretaria/recepcionista.

**Cuadro No.138
RESUMEN GASTOS ADMINISTRATIVOS**

<u>Personal Administrativo</u>	<u>Año 1</u>	<u>Año 2</u>	<u>Año 3</u>	<u>Año 4</u>	<u>Año 5</u>
Administrador	8.914,80	10.293,29	10.795,95	11.323,75	11.877,94
Contador	1.320,00	1.386,00	1.455,30	1.528,07	1.604,47
Secretaria/Recepcionista	3.709,92	4.261,32	4.462,38	4.673,50	4.895,18
Guardia	3.709,92	4.261,32	4.462,38	4.673,50	4.895,18
Total Gastos Administrativos	17.654,64	20.201,92	21.176,01	22.198,82	23.272,76

Fuente: Cuadro No.139, Cuadro No.140, Cuadro No.141, Cuadro No.142, Cuadro No.144.

Elaborado por: María Augusta Semanate H.

⁷⁴ BRAVO, Mercedes. Op. Cit. p.202.

Como se menciona anteriormente, el Contador será contratado bajo la modalidad de servicios profesionales el cual consiste en que el profesional percibe una cantidad monetaria por la prestación del servicio, lo cual no implica pago de beneficios de ley. Cabe señalar que el tipo de profesionales que prestan servicios de manera independiente, están obligados a tributar, es decir que el concepto de pago que reciben estos profesionales por parte de sus clientes se les denomina servicios profesionales para lo cual deben expedir un comprobante fiscal (factura) por cada ingreso percibido.

Cuadro No.139
GASTOS ADMINISTRATIVOS AÑO 1

Personal Administrativo	Sueldo	Décimo Tercero	Décimo Cuarto	Fondos de Reserva (8,33%)	Aportación Patronal	Pago Mensual	Pago Anual
Administrador	600,00	50,00	20,00		72,90	742,90	8.914,80
Contador	180,00						2.160,00
Secretaria/Recepcionista	240,00	20,00	20,00		29,16	309,16	3.709,92
Guardia	240,00	20,00	20,00		29,16	309,16	3.709,92
Gastos Administrativos Año 1							18.494,64

Fuente: Ministerio de Relaciones Laborables y Estimación Propia.

Elaborado por: María Augusta Semanate H.

Cuadro No.140
GASTOS ADMINISTRATIVOS AÑO 2

Personal Administrativo	Sueldo	Décimo Tercero	Décimo Cuarto	Fondos de Reserva (8,33%)	Vacaciones	Aportación Patronal	Pago Mens.	Pago Anual
Administrador	630,00	52,50	20,00	52,48	26,25	76,55	857,77	10.293,29
Contador	189,00							2.268,00
Secretaria/Recepcionista	252,00	21,00	20,00	20,99	10,50	30,62	355,11	4.261,32
Guardia	252,00	21,00	20,00	20,99	10,50	30,62	355,11	4.261,32
Gastos Administrativos Año 2								21.083,92

Incremento 5% anual

A partir del segundo año se pagarán vacaciones.

Fuente: Estimación Propia.

Elaborado por: María Augusta Semanate H.

Cuadro No.141
GASTOS ADMINISTRATIVOS AÑO 3

Personal	Sueldo	Décimo Tercero	Décimo Cuarto	Fondos de Reserva (8,33%)	Vacaciones	Aportación Patronal	Pago Mensual	Pago Anual
Administrador	661,50	55,13	20,00	55,10	27,56	80,37	899,66	10.795,95
Contador	198,45							2.381,40
Secretaria/Recepcionista	264,60	22,05	20,00	22,04	11,03	32,15	371,87	4.462,38
Guardia	264,60	22,05	20,00	22,04	11,03	32,15	371,87	4.462,38
Gastos Administrativos Año 3								22.102,11

Incremento 5% anual

Fuente: Estimación Propia.

Elaborado por: María Augusta Semanate H.

Cuadro No.142
GASTOS ADMINISTRATIVOS AÑO 4

Personal	Sueldo	Décimo Tercero	Décimo Cuarto	Fondos de Reserva (8,33%)	Vacaciones	Aportación Patronal	Pago Mensual	Pago Anual
Administrador	694,58	57,88	20,00	57,86	28,94	84,39	943,65	11.323,75
Contador	208,37							2.500,47
Secretaria/Recepcionista	277,83	23,15	20,00	23,14	11,58	33,76	389,46	4.673,50
Guardia	277,83	23,15	20,00	23,14	11,58	33,76	389,46	4.673,50
Gastos Administrativos Año 4								23.171,22

Incremento 5% anual

Fuente: Estimación Propia.

Elaborado por: María Augusta Semanate H.

Cuadro No.143
GASTOS ADMINISTRATIVOS AÑO 5

Personal	Sueldo	Décimo Tercero	Décimo Cuarto	Fondos de Reserva (8,33%)	Vacaciones	Aportación Patronal	Pago Mensual	Pago Anual
Administrador	729,30	60,78	20,00	60,75	30,39	88,61	989,83	11.877,94
Contador	218,79							2.625,49
Secretaria/Recepcionista	291,72	24,31	20,00	24,30	12,16	35,44	407,93	4.895,18
Guardia	291,72	24,31	20,00	24,30	12,16	35,44	407,93	4.895,18
Gastos Administrativos Año 5								24.293,78

Incremento 5% anual

Fuente: Estimación Propia.

Elaborado por: María Augusta Semanate H.

c) GASTOS DE VENTA

Son gastos que se relacionan con la gestión de ventas, por tanto dentro de este rubro se consideró los gastos para dar a conocer el servicio que se pretende ofrecer; es decir el gasto en publicidad.

Cuadro No.144
GASTO DE VENTA PUBLICIDAD

<u>Pieza Aplicables</u>	<u>Fecha Aplicable</u>	<u>Cantidad</u>	<u>Precio Unitario</u>	<u>Valor Mensual</u>	<u>Valor Anual</u>
Flyers	Mensual	1000	0,12	120,00	1.440,00
Afiches	Semestral	100	2,00	200,00	400,00
Anuncio en Periódico (1/4 de página)	Trimestral	1	922,00	922,00	3.688,00
Página Web	Año	1	300,00	300,00	300,00
Llaveros	Trimestral	50	0,70	35,00	140,00
Uniforme del Personal	Año	12	60,00	720,00	660,00
TOTAL				2.297,00	6.628,00

Fuente: Investigación de Mercados.

Elaborado por: María Augusta Semanate Herrera.

Cuadro No.145
PROYECCIÓN GASTO PUBLICIDAD

<u>Detalle</u>	<u>Año 1</u>	<u>Año 2</u>	<u>Año 3</u>	<u>Año 4</u>	<u>Año 5</u>
Proyección Gastos de Venta	6.628,00	7.290,80	8.019,88	8.821,87	9.704,05

Se estima un incremento anual de 10%, debido a la inflación y otros elementos del entorno.

Fuente: Estimación Propia.

Elaborado por: María Augusta Semanate Herrera.

d) GASTOS FINANCIEROS

Son aquellos que se relacionan con los intereses que tendrá que pagar la empresa por el préstamo concedido en este caso por el Banco Pichincha, a continuación se detalla un resumen de los gastos financieros.

Cuadro No.146
RESUMEN GASTOS FINANCIEROS

<u>Resumen</u>	<u>Año 1</u>	<u>Año 2</u>	<u>Año 3</u>	<u>Año 4</u>	<u>Año 5</u>
Pago Interés	7.000,00	5.600,00	4.200,00	2.800,00	1.400,00
Pago Capital	10.000,00	10.000,00	10.000,00	10.000,00	10.000,00
Total	17.000,00	15.600,00	14.200,00	12.800,00	11.400,00

Elaborado por: María Augusta Semanate Herrera

5.4 FUENTES DE FINANCIAMIENTO

"Una empresa está financiada cuando pide capital en préstamo para cubrir sus necesidades económicas."⁷⁵

Por tanto a fin de cubrir la inversión prevista es necesario recurrir a un préstamo bancario, la entidad financiera que otorgará el préstamo será el Banco de Pichincha, debido a la facilidad de acceder a un crédito por ser clientes desde años atrás sin tener problema alguno, la tasa de interés fijada por el banco es del 14% a 5 años plazo.

Este préstamo representará el 32,01 % de la inversión y el 67,99 % será cubierto por los socios de Brío Spa Terapéutico, a continuación se detalla la estructura de financiamiento:

Cuadro No.147
ESTRUCTURA DE FINANCIAMIENTO

<u>Descripción</u>	<u>Valor</u>
INVERSIÓN TOTAL DEL PROYECTO	255.182,53
TERRENO (NO SE DESEMBOLSA)	*99.000,00
VALOR A FINANCIAR	156.182,53
FINANCIAMIENTO 32,01%	50.000,00
CAPITAL PROPIO 67,99%	106.182,53

Elaborado por: María Augusta Semanate Herrera.

Nota: * Este rubro no se tomará en cuenta como desembolso en el flujo de caja debido a que el terreno es de propiedad de la autora de esta investigación.

Por ende el valor a ser financiado es de 50.000,00 dólares, para lo cual a continuación se presenta la tabla de amortización anual, la cual tiene como objetivo establecer los valores que se pagarán por concepto de capital e intereses.

Cuadro No.148
AMORTIZACIÓN CUOTAS FIJAS DE CAPITAL

<u>Año</u>	<u>Capital Prestado</u>	<u>Cuota de Pago</u>	<u>Interés</u>	<u>Cuota Capital</u>	<u>Saldo a Pagar</u>
1	50.000,00	17.000,00	7.000,00	10.000,00	40.000,00
2	40.000,00	15.600,00	5.600,00	10.000,00	30.000,00
3	30.000,00	14.200,00	4.200,00	10.000,00	20.000,00
4	20.000,00	12.800,00	2.800,00	10.000,00	10.000,00
5	10.000,00	11.400,00	1.400,00	10.000,00	0,00
		71.000,00	21.000,00	50.000,00	

Elaborado por: María Augusta Semanate Herrera.

⁷⁵ BACA, Gabriel. Op. Cit. p. 177.

Para realizar la tabla de amortización se establecieron 5 cuotas fijas, dividiendo el valor del préstamo (50.000,00 dólares) en cinco cuotas, además se calcula los intereses aplicando la tasa de interés sucesivamente para cada año, de esta manera se obtiene la cuota de capital y los intereses de cada periodo.

5.5 ESTADO DE ORIGEN Y APLICACIÓN DE RECURSOS

*"El Estado de Origen y Aplicación de Recursos es un estado financiero que resume los recursos que obtuvo la empresa en un tiempo determinado, y especifica los usos que le dieron a esos recursos."*⁷⁶

Por tanto, a fin de establecer la utilización de recursos provenientes de las aportaciones de los socios y del préstamo bancario, a continuación se presenta la forma en que se financió la inversión total del proyecto:

**Cuadro No.149
ESTADO DE ORIGEN Y APLICACIÓN DE RECURSOS**

<u>DETALLE</u>	<u>VALOR</u>	<u>Fuentes de Financiamiento</u>	
		<u>RECURSOS PROPIOS 67,99%</u>	<u>FINANCIAMIENTO 32,01%</u>
ACTIVO FIJO	145.995,13	99.262,09	46.733,04
Terreno (No se desembolsa)	99.000,00		
Obras Físicas	111.317,92	75.685,05	35.632,87
Maquinaria y Equipos	21.189,01	14.406,41	6.782,60
Equipos de Oficina	2.219,64	1.509,13	710,51
Muebles y Enseres	6.464,73	4.395,37	2.069,36
Imprevistos 2%	4.803,83	3.266,12	1.537,70
ACTIVOS DIFERIDOS	3.223,50	2.191,66	1.031,84
Gastos Constitución Compañía	1.470,00	999,453	470,55
Gastos Ejecución del Proyecto	1.200,00	815,88	384,12
Capacitación	400,00	271,96	128,04
Imprevistos 5%	153,50	104,36465	49,14
CAPITAL DE TRABAJO	6.963,90	4734,76	2.229,14
TOTAL INVERSIONES DEL PROYECTO	156.182,53	106.188,50	50.000,00

Elaborado por: María Augusta Semanate Herrera.

⁷⁶ MENESES ALVAREZ, Edilberto.Op.Cit.p.140.

5.6 DETERMINACIÓN DEL PUNTO DE EQUILIBRIO

"El punto de equilibrio es una técnica que se usa para estudiar las relaciones entre los costos fijos, costos variables y beneficios y tiene como objetivo encontrar un punto en el que el nivel de ventas de la empresa no gane ni pierda, es decir aquel punto en el cual el total de ingresos es igual al total de egresos, en donde la utilidad es cero."⁷⁷

A continuación, se determinará el punto de equilibrio en dólares y en unidades, cabe señalar que el Centro Terapéutico de Medicina Alternativa y Spa ofrecerá varios servicios con diferentes precios por esta razón únicamente con el negocio en marcha se tendrá con certeza el punto de equilibrio en unidades para cada servicio y producto.

- **Costos Variables**

"Los Costos Variables son aquellos que se incrementan en proporción directa con el volumen de producción, de manera que si la producción aumenta también aumentan los costos variables y viceversa, es el caso de las materias primas."⁷⁸

Los costos variables del Centro Terapéutico de Medicina Alternativa y Spa serán: Costo Materia Prima Medicina Alternativa, Costo Materia Prima Terapias Medicas Alternativas, Costo Materia Prima Tratamientos Estéticos, Costo Productos para la Venta en la Sala de Té, Costo de Productos sugeridos en el Servicio y Costo de Productos de Apoyo de Operaciones.

- **Costos Fijos**

"Los Costos Fijos son aquellos que permanecen constantes, para un rango determinado de producción"⁷⁹. Por tanto los costos fijos en que incurrirá el Centro Terapéutico de Medicina Alternativa y Spa serán: Costo Mano de Obra Directa,

⁷⁷ BACA, Gabriel. Op. Cit. p. 171.

⁷⁸ ORTIZ, Héctor. Op. Cit. p. 237.

⁷⁹ Ibidem, p. 237.

Mano de Obra Indirecta, Sueldos de Administración, Insumos y Servicios Básicos, Repuestos y Mantenimiento, Publicidad, Pago Interés Bancario y Pago Capital.

▪ **Margen de Contribución**

"Es el excedente que resulta al restarle a los ingresos los costos variables, excedente que debe destinarse a cubrir los costos fijos y la generación de utilidad"⁸⁰. Por tanto una empresa está en punto de equilibrio, cuando el margen de contribución cubre los costos fijos.

Cuadro No.150
DETERMINACIÓN COSTOS FIJOS Y COSTOS VARIABLES

Rubros	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Costos Variables	12.929,61	14.222,57	15.644,83	17.209,31	18.930,24
Costo Materia Prima Medicina Alternativa	2.002,80	2.203,08	2.423,39	2.665,73	2.932,30
Costo Materia Prima Terapias Medicas Alternativas	3.283,70	3.612,07	3.973,28	4.370,60	4.807,67
Costo Materia Prima Tratamientos Estéticos	4.466,40	4.913,04	5.404,34	5.944,78	6.539,26
Productos de Apoyo de Operaciones	354,91	390,40	429,44	472,39	519,62
Productos para la Venta en Sala de Té	1.576,80	1.734,48	1.907,93	2.098,72	2.308,59
Productos Sugeridos en Servicios	1.245,00	1.369,50	1.506,45	1.657,10	1.822,80
Costos Fijos	89.266,56	97.959,15	101.184,99	104.707,31	108.547,46
Costo Mano de Obra Directa	34.499,66	39.714,94	41.616,69	43.613,52	45.710,20
Costo Mano de Obra Indirecta	7.419,84	8.522,63	8.924,76	9.347,00	9.790,35
Sueldo Personal Administrativo	18.494,64	21.083,92	22.102,11	23.171,22	24.293,78
Insumos y Servicios Generales	4.755,69	5.231,26	5.754,38	6.329,82	6.962,81
Repuestos y Mantenimiento	468,73	515,60	567,16	623,88	686,27
Publicidad	6.628,00	7.290,80	8.019,88	8.821,87	9.704,05
Pago Interés Bancario	7.000,00	5.600,00	4.200,00	2.800,00	1.400,00
Pago Capital	10.000,00	10.000,00	10.000,00	10.000,00	10.000,00
Total Costos	102.196,17	112.181,72	116.829,82	121.916,62	127.477,70

Elaborado por: María Augusta Semanate H.

Para determinar el punto de equilibrio se utilizó la siguiente fórmula:

$$PE = \frac{CFAño1}{1 - \frac{CVAño1}{IngresoT.Año1}}$$

⁸⁰ Ibidem, p. 238

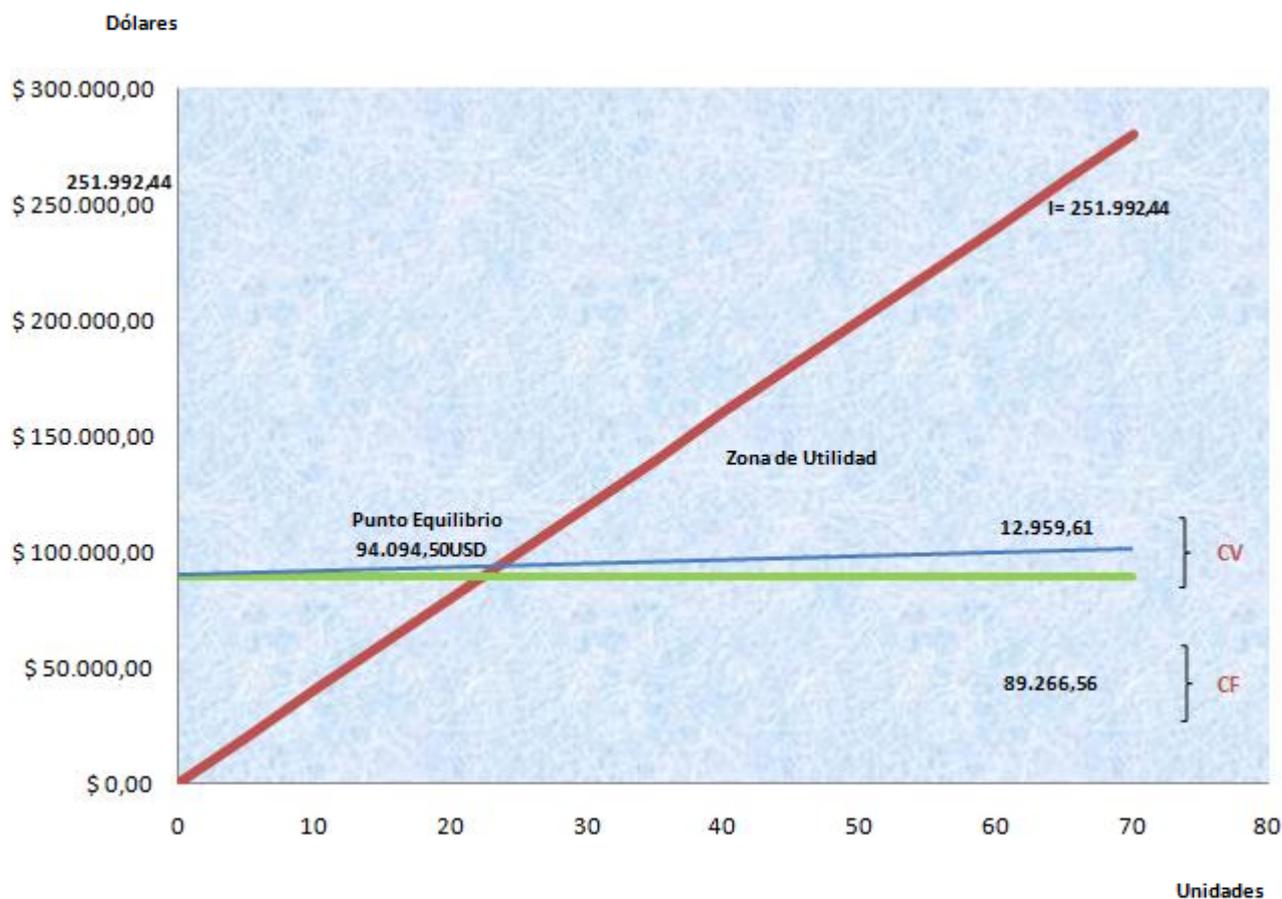
El cuadro que se muestra a continuación presenta el punto de equilibrio total para servicios y productos por año, este valor representa el nivel de ventas que el proyecto debe generar al año para no tener pérdidas ni ganancias.

**Cuadro No.151
DETERMINACIÓN PUNTO DE EQUILIBRIO**

Detalle	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Costos Fijos	89.266,56	97.959,15	101.184,99	104.707,31	108.547,46
Ingresos	251.992,44	263.140,33	274.781,40	286.937,45	299.631,28
Costos Variables	12.929,61	14.222,57	15.644,83	17.209,31	18.930,24
Punto de Equilibrio	94.094,50	103.556,30	107.293,82	111.387,89	115.867,81

Elaborado por María Augusta Semanate H.

**Gráfico No.33
DETERMINACIÓN PUNTO DE EQUILIBRIO**



Elaborado por María Augusta Semanate H.

El punto de equilibrio total, es decir, tomando en cuenta a toda la línea de servicios y línea de productos que ofrecerá Brío Spa Terapéutico es de 94.094,50 dólares, este es el valor que permite no tener pérdidas ni ganancia, si el nivel de ventas es mayor se obtendrá ganancias caso contrario se perderá.

Por otro lado, se puede observar que Brío Spa Terapéutico está en un punto de equilibrio, ya que el margen de contribución cubre exactamente los costos fijos.

$$\mathbf{MCT} = \text{Ingresos} - \text{Costos Variables}$$

$$\mathbf{MCT} = 251.992,44 - 12.929,61$$

$$\mathbf{MCT} = \mathbf{239.062,83 \text{ USD}} \text{ (Valor que cubre los Costos Fijos)}$$

El cálculo del punto de equilibrio mediante el Margen de Contribución determina el número de unidades de servicio y productos que una empresa deberá vender para no tener pérdidas ni ganancias. Este se calcula dividiendo los costos fijos totales para el margen de contribución por unidad y el margen de contribución resulta de restar el precio de venta unitario menos el costo variable unitario. Por tanto, para determinar el punto de equilibrio en unidades se aplicó la siguiente fórmula:

$$\mathbf{PE} = \frac{\mathbf{CFAño1}}{\mathbf{CM}}$$

De donde:

$$\mathbf{CF} = \text{Costos Fijos Totales Año 1}$$

$$\mathbf{CM} = \text{Precio de Venta Unitario (PVu)} - \text{Costos Variables Unitarios (CVu)}$$

Debido a que la empresa ofrece variedad de terapias, tratamientos y productos de venta con distintos precios, se determinó un promedio ponderado de las CM de los distintos servicios, es decir se multiplicó la cantidad anual prevista del servicio por el precio de venta promedio y esto se dividió para la cantidad total estimada.

Es decir:

$$CM \text{ mix} = (Pv_1 * q_1 + Pv_2 * q_2 + Pv_3 * q_3 \dots \dots \dots) / Q \text{ total}$$

Aplicando se obtiene:

**Cuadro No.152
DETERMINACIÓN PUNTO DE EQUILIBRIO UNIDADES SERVICIOS**

Ingresos por Servicios		Total Año 1 (Q)	PV Promedio	Q* PV
Medicina Alternativa	Acupuntura	1.104	22,5	24.840
Terapias Médicas Alternativas	Hidroterapia	11.640	16,50	192.060
	Baños de Cajón			
	Masajes Terapéuticos			
	Reflexología			
	Aromaterapia ,Cromoterapia, Musicoterapia			
Acondicionamiento Físico	Pilates	168	36	6.048
	Power Latino			
Tratamientos Estéticos	Tratamientos Faciales	1.224	17,05	20.869
	Tratamientos Corporales			
	Belleza			
Paquete	Paquete	72	36,00	2.592
TOTAL		14.208		246.409,20

Fuente: Estudio Técnico.

Elaborado por: María Augusta Semanate H.

Aplicando se obtiene:

$$PE = \frac{CFAño1}{CM}$$

$$PE = \frac{89.266,56}{(246.409,20 / 14.208)}$$

PE Servicios =5.147,13 unidades.

PE Servicios =5.147 unidades.

Esto significa que para que Brío Spa Terapéutico esté en un punto en donde no existan pérdidas ni ganancias, se deberán vender 5.147 unidades de servicio entre terapias alternativas, tratamientos estéticos, servicios de acondicionamiento físico y

paquetes anualmente y 429 unidades de servicio entre terapias alternativas, tratamientos estéticos, servicios de acondicionamiento físico y paquetes mensualmente.

Cuadro No.153
PUNTO DE EQUILIBRIO UNIDADES PRODUCTOS

<u>PRODUCTOS</u>		<u>Cantidad Anual Q</u>	<u>Precio de Venta Promedio PV</u>	<u>Q*PV</u>	
Producto de Venta en la Sala de Té	Limonadas	660	2,0	1.320,00	
	Agua	228	0,4	79,80	
	Sodas Dietéticas	180	0,5	95,40	
	Café	60	0,8	48,00	
	Jugos Naturales	240	1,2	288,00	
	Té	60	1,0	60,00	
	Sánduche de queso	132	0,6	79,20	
	Sánduche de jamón	96	1,2	115,20	
	Sánduche mixto	288	1,3	360,00	
	Ensalada de Frutas	396	2,2	871,20	
	Postre	180	1,1	189,00	
	Snacks	84	0,3	25,20	
	Productos Sugeridos en el Servicio	Esencias	60	6,5	390,00
		Incensos	36	1,6	57,60
CD música instrumental		36	2,0	72,00	
Crema para pies cansados		48	6,3	302,40	
Crema con mineral terapéutica		36	8,9	320,40	
Crema exfoliante corporal		36	12,3	444,24	
		2.856		5.117,64	

Fuente: Estudio Técnico.

Elaborado por: María Augusta Semanate H.

$$PE = \frac{CFAño1}{CM}$$

$$PE = \frac{89.266,56}{(5.117,64 / 2.856)}$$

PE Productos = 49.816,97 unidades.

PE Productos = 49.817 unidades.

Esto significa, que para que Brío Spa Terapéutico esté en un punto en donde no existan perdidas ni ganancias, se deberán vender 49.817 productos anualmente y 4.151 productos mensualmente. Esto por cuanto los 89.266,56 dólares corresponden al costo fijo para una empresa de Medicina Alternativa y Spa.

5.7 ESTADO DE RESULTADOS

El Estado de Resultados denominado también Estado de Pérdidas y Ganancias, es un estado financiero que tiene como objetivo determinar la situación económica de la empresa, presenta para un tiempo determinado resultados de ingresos, costos y gastos en que incurre una empresa.

"La finalidad del análisis del Estado de Resultados es calcular la utilidad neta y los flujos netos de efectivo del proyecto, que son, el beneficio real de la operación de la planta, y que se obtienen restando a los ingresos todos los costos en que incurre el proyecto y los impuestos que debe pagar."⁸¹

A continuación, se presenta el Estado de Resultados del Centro Terapéutico de Medicina Alternativa y Spa:

⁸¹ BACA, Gabriel. Op. Cit. p. 172.

Cuadro No.154
ESTADO DE RESULTADOS

	<u>Año 1</u>	<u>Año 2</u>	<u>Año 3</u>	<u>Año 4</u>	<u>Año 5</u>
Ingresos					
Ventas	251.992,44	263.140,33	274.781,40	286.937,45	299.631,28
(-) Costos del Servicio	55.317,84	62.975,74	66.753,44	70.793,71	75.117,06
Materia Prima Directa	9.752,90	10.728,19	11.801,01	12.981,11	14.279,22
Mano de Obra Directa	34.499,66	39.714,94	41.616,69	43.613,52	45.710,20
CIF	11.065,28	12.532,61	13.335,74	14.199,08	15.127,64
Utilidad Bruta	196.674,60	200.164,59	208.027,96	216.143,74	224.514,22
(-)Egresos	40.997,58	43.325,23	44.195,63	45.242,16	46.479,89
Gastos de Operación	8.874,94	9.350,51	9.873,63	10.449,07	11.082,06
Depreciación y Amortización	4.119,25	4.119,25	4.119,25	4.119,25	4.119,25
Gastos Generales	4.755,69	5.231,26	5.754,38	6.329,82	6.962,81
Gastos de Administración	18.494,64	21.083,92	22.102,11	23.171,22	24.293,78
Gastos de Venta	6.628,00	7.290,80	8.019,88	8.821,87	9.704,05
Gastos Financieros (Interés)	7.000,00	5.600,00	4.200,00	2.800,00	1.400,00
Utilidad antes de participación trabajadores	155.677,02	156.839,36	163.832,33	170.901,58	178.034,34
(-)15% trabajadores	23.351,55	23.525,90	24.574,85	25.635,24	26.705,15
Utilidad antes de impuesto	132.325,47	133.313,46	139.257,48	145.266,34	151.329,19
(-)25% Impuesto a la renta	33.081,37	33.328,36	34.814,37	36.316,59	37.832,30
Utilidad Neta	99.244,10	99.985,09	104.443,11	108.949,76	113.496,89

Elaborado por: María Augusta Semanate H.

Cuadro No.155
RESUMEN GASTOS

RESUMEN GASTOS	<u>Año 1</u>	<u>Año 2</u>	<u>Año 3</u>	<u>Año 4</u>	<u>Año 5</u>
Gastos de Operación	8.874,94	9.350,51	9.873,63	10.449,07	11.082,06
Gastos de Administración	18.494,64	21.083,92	22.102,11	23.171,22	24.293,78
Gastos de Venta	6.628,00	7.290,80	8.019,88	8.821,87	9.704,05
Gastos Financieros (Interés)	7.000,00	5.600,00	4.200,00	2.800,00	1.400,00
Total Gastos	40.997,58	43.325,23	44.195,63	45.242,16	46.479,89

Elaborado por: María Augusta Semanate H.

Cuadro No.156
RESUMEN IMPUESTOS

RESUMEN IMPUESTOS	<u>Año 1</u>	<u>Año 2</u>	<u>Año 3</u>	<u>Año 4</u>	<u>Año 5</u>
Impuesto Trabajadores	23.351,55	23.525,90	24.574,85	25.635,24	26.705,15
Impuesto a la Renta	33.081,37	33.328,36	34.814,37	36.316,59	37.832,30
Total Impuestos	56.432,92	56.854,27	59.389,22	61.951,82	64.537,45

Elaborado por: María Augusta Semanate H.

5.8 BALANCE GENERAL

El Balance General denominado también Estado de Situación Financiera es un resumen de lo que posee (activos), lo que adeuda (pasivos) y el capital (diferencia entre activo y pasivo) de la empresa en una fecha determinada. A continuación, se presenta el Balance General de Brío Spa Terapéutico para el Enero del año 1:

Cuadro No.157 BALANCE GENERAL

ACTIVOS	
<u>Activo Corriente</u>	6.963,90
Bancos	6.963,90
<u>Activo Fijos</u>	240.191,30
Terreno	99.000,00
Obras Físicas	111.317,92
Maquinaria y Equipos	21.189,01
Equipos de Oficina	2.219,64
Muebles y Enseres	6.464,73
<u>Activo Diferidos</u>	3.684,00
Gastos de Constitución	1.470,00
Gastos de Ejecución	1.600,00
TOTAL ACTIVOS	250.839,20
PASIVOS	
PASIVO L/P	
Préstamo por Pagar	50.000,00
TOTAL PASIVOS	50.000,00
PATRIMONIO	
Capital Social	600,00
Aportación Socios	200.239,20
TOTAL PATRIMONIO	200.839,20
TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO	250.839,20

Elaborado por: María Augusta Semanate H.

5.9 FLUJO DE FONDOS DEL PROYECTO

"El Flujo de Fondos es una herramienta básica para el análisis económico de un proyecto, aquí obtenemos pronósticos de ingresos y egresos en efectivo que realiza una empresa, cabe mencionar que el flujo de efectivo se considera positivo cuando entra dinero a la organización y negativo cuando sale por ejemplo cuando se paga por insumos"⁸².

Una de las cosas que hay que tomar en cuenta es que la entrada y salida de dinero en las organizaciones se realiza a diario, evidenciando un gran problema en el manejo de dinero y este es que su valor cambia con el paso del tiempo, es decir que existe un cambio de poder adquisitivo y este cambio es proporcional con la inflación.

Para la elaboración del Flujo de Efectivo se debe tomar en cuenta lo siguiente:

- Los ingresos y egresos de fondo, son todos aquellos flujos de entrada y salida de dinero que aumentan o disminuyen la utilidad contable de la empresa.
- La depreciación y amortización son gastos para fines de tributación que no ocasionan salidas de caja.
- Los flujos de caja se expresa en momentos (momento en que incurren los ingresos y egresos) y el horizonte de evaluación depende de las características de cada proyecto.
- Los egresos corresponden a la inversión total del proyecto, en donde el capital de trabajo se considera como egreso en el momento cero.
- Se considera el cálculo de impuestos.

⁸² BACA, Gabriel. *Fundamentos Ingeniería Económica*. Cuarta Edición. Editorial McGraw-Hill. México. p. 8.

**Cuadro No.158
FLUJO DE CAJA**

FLUJO DE CAJA	0	1	2	3	4	5
Ingresos de Operación		251.992,44	263.140,33	274.781,40	286.937,45	299.631,28
(-) Costos de Operación		102.196,17	112.181,72	116.829,82	121.916,62	127.477,69
(-) Depreciación		3.505,25	3.505,25	3.505,25	2.765,37	2.765,37
(-) Amortización		614,00	614,00	614,00	614,00	614,00
Utilidad antes de Participaciones e Impuestos		145.677,02	146.839,36	153.832,33	161.641,46	168.774,22
(-) 15% Participación Trabajadores		23.351,55	23.525,90	24.574,85	25.635,24	26.705,15
Utilidad antes de Impuesto Renta		122.325,47	123.313,46	129.257,48	136.006,22	142.069,07
(-) 25% Impuesto Renta		33.081,37	33.328,36	34.814,37	36.316,59	37.832,30
Utilidad Neta		89.244,10	89.985,09	94.443,11	99.689,64	104.236,77
(+) Utilidad Venta de Activos						
(-) Imp. Utilidad Venta de Activos						
(+) Donación						
(-) Costo de Operación						
(+) Libro de Activos Vendidos						
(+) Depreciación		3.505,25	3.505,25	3.505,25	2.765,37	2.765,37
(+) Amortización		614,00	614,00	614,00	614,00	614,00
(+) Préstamo Bancario	50.000,00					
(-) Costo de Inversión Total	156.182,53					
(-) Capital de Trabajo	6.963,90					
(-) Recuperación Capital de Trabajo						6.963,90
Flujo de Fondos del Proyecto	-113.146,42	93.363,35	94.104,34	98.562,36	103.069,01	114.580,04

Horizonte de evaluación 5 años.

Elaborado por: María Augusta Semanate H.

Nota: El rubro del terreno no se tomó en cuenta como desembolso en el flujo de caja debido a que es de propiedad de la autora de esta investigación.

Cuadro No.159
RESUMEN COSTOS DE OPERACIÓN

COSTOS DE OPERACIÓN	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Costos del Servicio	55.317,84	62.975,74	66.753,44	70.793,71	75.117,06
Gastos Generales	4.755,69	5.231,26	5.754,38	6.329,82	6.962,81
Gastos de Administración	18.494,64	21.083,92	22.102,11	23.171,22	24.293,78
Gastos de Venta	6.628,00	7.290,80	8.019,88	8.821,87	9.704,05
Gastos Financieros	7.000,00	5.600,00	4.200,00	2.800,00	1.400,00
Pago Capital Préstamo Bancario	10.000,00	10.000,00	10.000,00	10.000,00	10.000,00
TOTAL COSTOS DE OPERACIÓN	102.196,17	112.181,72	116.829,82	121.916,62	127.477,69

Elaborado por: María Augusta Semanate H

5.10 EVALUACIÓN DEL PROYECTO

5.10.1 DETERMINACIÓN TASA DE DESCUENTO

Antes de tomar cualquier decisión, todo inversionista siempre espera recibir o cobrar un beneficio por el desembolso que se va a realizar, este beneficio está determinado por la tasa mínima de rendimiento aceptable la misma que representa una medida de rentabilidad mínima que exige el proyecto para tomar la decisión de invertir. Por tanto para calcular el rendimiento que esperan ganar los inversionistas del proyecto se ha calculado la TMAR cuya forma de cálculo fue a partir de la Tasa Pasiva Referencial emitida por el Banco Central, la Tasa de Inflación y la Tasa de Riesgo País, a continuación se la detalla:

Cuadro No.160
DETERMINACIÓN TASA DE DESCUENTO 1

TASAS	%	Observaciones
Tasa de Inflación⁸³	7,14	Media 2000-2010
Tasa Pasiva Referencial⁸⁴	4,61	Vigente Mayo/2010
Tasa Riesgo País⁸⁵	8,24	Vigente Mayo/2010
TMAR₁	19,99	

Fuente: Banco Central.

Elaborado por: María Augusta Semanate H.

TMAR₁=19.99%

⁸³ La inflación es medida estadísticamente a través del Índice de Precios al Consumidor del Área Urbana (IPCU), a partir de una canasta de bienes y servicios demandados por los consumidores de estratos medios y bajos, establecida a través de una encuesta de hogares. **Fuente:** Banco Central

⁸⁴ Porcentaje que paga una institución bancaria a quien deposita dinero mediante cualquiera de los instrumentos que para tal efecto existen. **Fuente:** Banco Central

⁸⁵ El riesgo país es un indicador que califica a través de un número la capacidad que posee un país determinado para abonar los servicios de deuda financiera (riesgo financiero) y de los pagos por la venta de bienes y servicios (riesgo comercial). **Fuente:** Banco Central.

5.10.2 VALOR ACTUAL NETO

"El Valor Actual Neto es una herramienta que sirve para la evaluación y toma de decisiones, propiamente para determinar la variabilidad de un proyecto"⁸⁶. Tiene tres condicionantes:

- Cuando el VAN > 0, entonces, el proyecto es viable.
- Cuando el VAN < 0, entonces, el proyecto no es viable.
- Cuando el VAN = 0, entonces, el proyecto es indiferente.

Por otra parte, uno de los objetivos del Valor Actual Neto es trasladar cantidades futuras al presente, para esto se usa la tasa de descuento, razón por la cual a los flujos de efectivo trasladados al presente se los llama flujos descontados. La forma de cálculo es la siguiente:

VALOR ACTUAL NETO

$$VAN = \sum_{t=1}^n \frac{Y_t}{(1+i)^t} - \sum_{t=1}^n \frac{E_t}{(1+i)^t} + \frac{FC_n}{(1+i)^n}$$

De donde:

- Y_1 = Flujo de Ingresos del Proyecto
- E_t = Flujo de Egresos del Proyecto
- I_0 = Inversión Inicial en el momento cero
- i = TMAR

Resulta:

$$VAN = -I_0 + \frac{FC_1}{(1+i)^1} + \frac{FC_2}{(1+i)^2} + \frac{FC_3}{(1+i)^3} + \dots + \frac{FC_n}{(1+i)^n}$$

⁸⁶ BLANCO, Lenin. Op. Cit.

**Cuadro No.161
VAN DEL PROYECTO**

FLUJO DE CAJA	0	1	2	3	4	5
Flujo Neto del Proyecto	-113.146,42	93.363,35	94.104,34	98.562,36	103.069,01	114.580,04
Tasa de Descuento	19,99%	19,99%	19,99%	19,99%	19,99%	19,99%
Fórmula	$FN_0/(1+i)^0$	$FN_1/(1+i)^1$	$FN_2/(1+i)^2$	$FN_3/(1+i)^3$	$FN_4/(1+i)^4$	$FN_5/(1+i)^5$
Flujos Descontados	-113.146,42	77.809,28	65.361,13	57.052,66	49.721,92	46.066,34

Σ Flujos Descontados ⁸⁷	296.011,33
(-)Inversión	-113.146,42
VAN₁	182.864,90

Elaborado por: María Augusta Semanate H.

El valor actual neto es de **182.864,90 dólares**, esto quiere decir que el proyecto es viable ya que además que el VAN es > 0 , el proyecto muestra que se recupera el costo de la deuda y costo de la inversión.

5.10.2.1 Cálculo del VAN con otra Tasa de Descuento

Previamente a realizar el cálculo de la Tasa Interna de Rendimiento (TIR) es necesario calcular el VAN con una tasa de interés diferente a la TMAR la misma que puede ser mayor o menor.

**Cuadro No.162
DETERMINACIÓN TASA DE DESCUENTO2**

TASAS	%	Observaciones
Tasa de Inflación	7,14	Media 2000-2010
Tasa Pasiva Referencial	4,37	Vigente Octubre/2010
Tasa Riesgo País	9,10	Vigente Octubre/2010
TMAR₂	20,61	

Fuente: Banco Central.

Elaborado por: María Augusta Semanate H.

TMAR₂ = 20,61%

⁸⁷ Sumar los flujos descontados en el presente y restar la inversión equivale a comparar todas las ganancias esperadas contra todos los desembolsos necesarios para producir esas ganancias. **Fuente:** BACA, Gabriel. Op. Cit. p. 214.

$$VAN_2 = -I_0 + \frac{FC_1}{(1+i)^1} + \frac{FC_2}{(1+i)^2} + \frac{FC_3}{(1+i)^3} + \dots + \frac{FC_n}{(1+i)^n}$$

Cuadro No.163
CÁLCULO DEL VAN CON OTRA TASA DE DESCUENTO

FLUJO DE CAJA	0	1	2	3	4	5
Flujo Neto del Proyecto	-113.146,42	93.363,35	94.104,34	98.562,36	103.069,01	114.580,04
Tasa De Descuento	20,61%	20,61%	20,61%	20,61%	20,61%	20,61%
Fórmula	$FN_0/(1+i)^0$	$FN_1/(1+i)^1$	$FN_2/(1+i)^2$	$FN_3/(1+i)^3$	$FN_4/(1+i)^4$	$FN_5/(1+i)^5$
Flujos Descontados	-113.146,42	77.409,29	64.690,88	56.177,34	48.707,39	44.894,42

Σ Flujos Descontados	291.879,31
(-)Inversión	-113.146,42
VAN₂	178.732,89

Elaborado por: María Augusta Semanate H.

5.10.3 TASA INTERNA DE RENDIMIENTO

La Tasa Interna de Rendimiento, es una tasa descuento por la cual el VAN se hace cero, tiene como objetivo determinar la rentabilidad de un proyecto, es decir conocer el valor real del rendimiento de dinero en una inversión.

Además, tiene como criterio evaluar el proyecto en función de una única tasa de rendimiento por periodo en donde la totalidad de los ingresos son iguales a los desembolsos expresados en moneda actual. Tiene tres condicionantes:

- TIR > Tasa de descuento ó TMAR, el proyecto es rentable.
- TIR < Tasa de descuento ó TMAR, el proyecto no es rentable.
- TIR = Tasa de descuento ó TMAR, el proyecto no es indiferente.

Para calcular la TIR se usará el método de interpolación por esta razón anteriormente se calcularon dos VAN, uno con la TMAR de 0,1999 y otra con la tasa de descuento de 0,2061, la forma de cálculo es el siguiente:

$$TIR = D_2 - VAN_2 \frac{D_2 - D_1}{VAN_2 - VAN_1}$$

De donde:

$$D_1 = \text{Tasa de Descuento}_1 \text{ 19,99\% (0,1999)}$$

$$D_2 = \text{Tasa de Descuento}_2 \text{ 20,61\% (0,2061)}$$

$$VAN_1 = 182.864,90$$

$$VAN_2 = 178.732,89$$

$$TIR = 0,2061 - 178.732,89 * \frac{0,2061 - 0,1999}{178.732,89 - 182.864,90}$$

$$TIR = 47,43\%$$

La TIR del proyecto es igual a 47,43%, cifra que supera la Tasa de Descuento ó TMAR (19,99%), por tanto el proyecto debe aceptarse ya que el rendimiento que obtendrá el inversionista será mayor al costo de la inversión, cabe señalar que durante la realización del trabajo de investigación se trabajó con un criterio conservador.

5.10.4 PERÍODO DE RECUPERACIÓN

"El Periodo de Recuperación de una inversión es el número de años que tomará el proyecto para recuperar la inversión inicial"⁸⁸.

⁸⁸ Baca, Gabriel. Op. Cit. p. 88.

Cuadro No.164
PERÍODO DE RECUPERACIÓN

Periodo	Flujos Descontados ⁸⁹	Flujos Acumulados
0	-113.146,42	-113.146,42
1	77.809,28	-35.337,15
2	65.361,13	30.023,98
3	57.052,66	87.076,65
4	49.721,92	136.798,57
5	46.066,34	182.864,90

Fuente: Cálculo del VAN, Cuadro No.161

Elaborado por: María Augusta Semanate H.

Una vez determinado estos resultados, se procede a calcular el Período de Recuperación de la Inversión (PRI), de la siguiente manera:

1. Se puede notar que el último flujo negativo acumulado se encuentra en el año 2, por tanto la inversión será recuperada en el segundo año.

2. Para calcular los meses y días, se divide el último flujo acumulado negativo para el flujo descontado del siguiente año y se multiplica por 12. Por tanto: $(35.337,15/65.361,13)*12 = 6,48$ entonces, 6 meses. En cuanto a los días, se toma el decimal sobrante es decir 0,48 y se multiplica por 30, obteniendo un resultado de 14. Por lo tanto, *el PRI será de 2 años, 6 meses y 14 días.*

5.10.5 RELACIÓN BENEFICIO/ COSTO

La relación beneficio/costo es un indicador que tiene como objetivo determinar la rentabilidad en términos del VAN, es decir muestra el número de unidades monetarias ganadas por cada unidad de dinero que se invirtió en el proyecto, en otras palabras muestra el beneficio del proyecto por cada dólar invertido. Tiene la siguiente condicionante:

⁸⁹ Un flujo descontado, es un flujo traído al tiempo cero, es decir cuando se pasan cantidades futuras al presente y se usa tasa de descuento. **Fuente:** BACA, Gabriel. Op. Cit. p. 214.

Relación Beneficio / Costo > 1, el proyecto debe aceptarse caso contrario se debe rechazar el proyecto.

Para el cálculo se aplica la siguiente fórmula:

$$\text{Relación Beneficio / Costo} = \frac{\sum \text{Flujos Descontados}}{\text{Inversión}}$$

$$\text{Relación Beneficio / Costo} = \frac{\frac{FC_1}{(1+i)^1} + \frac{FC_2}{(1+i)^2} + \dots + \frac{FC_n}{(1+i)^n}}{\text{Inversión}}$$

$$\text{Relación Beneficio Costo} = \frac{296.011,13}{113.146,42}$$

$$\text{Relación Beneficio Costo} = 2,61$$

La Razón Beneficio Costo es de 2,61 es decir, que por cada dólar de inversión se recupera 2,61 veces más dicha inversión.

CAPÍTULO VI

6. ESTUDIO DE IMPACTO

6.1 OBJETIVO GENERAL

Evaluar los efectos positivos y negativos de la creación del Centro Terapéutico de Medicina Alternativa y Salud por Agua (SPA) en el sector Sur de la ciudad de Quito en relación al entorno social, económico y ambiental.

6.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Analizar el impacto social que tendrá en el sector Sur de la ciudad de Quito la creación del Centro Terapéutico de Medicina Alternativa y Salud por Agua (SPA).
- Evaluar el impacto económico que generará la creación del Centro Terapéutico de Medicina Alternativa y Salud por Agua (SPA).
- Determinar el impacto ambiental que causará la implantación del Centro Terapéutico de Medicina Alternativa y Salud por Agua (SPA).

6.3 ANÁLISIS DE IMPACTO DEL PROYECTO

A fin de analizar el impacto social, económico y ambiental de la implementación de Brío Spa Terapéutico, se utilizará una matriz que medirá el nivel de impacto de factores o indicadores más importantes en cada caso, para lo cual se aplicará la siguiente fórmula:

$$IMPACTO = \frac{\sum \text{Nivel de Impacto}}{\text{Número de Indicadores}}$$

Nota: Cuando el impacto es positivo, el proyecto es viable, si por el contrario es negativo el proyecto deberá ser analizado en cada entorno (social, económico, ambiental).

6.3.1 IMPACTO SOCIAL

El impacto social tiene como objetivo evaluar el impacto de un proyecto sobre la sociedad. Es indudable que la salud es una necesidad básica en la sociedad, por esta razón gran cantidad de médicos combinan la medicina tradicional con la medicina alternativa o complementaria con el fin de ofrecer libertad de elección terapéutica, por tanto la creación del Centro Terapéutico de Medicina Alternativa y Spa, acarreará algunos efectos, los más importantes en el aspecto social son:

- Se evidencia una cantidad considerable de centros de relajación y salud que trabajan sin permiso, evidenciando la existencia de empresarios que con el afán de hacer dinero inician este tipo de negocios de manera ilegal, contratando personal no calificado para ejercer, causando de esta manera daños a la persona. Por esta razón el Centro Terapéutico de Medicina Alternativa y Spa brindará soluciones adecuadas a las necesidades de la sociedad, con personal capacitado, se contará con un especialista responsable de diagnosticar cuál es el problema o necesidad del cliente, con la finalidad de cubrir las necesidades de forma responsable y con garantía. Así se contribuirá al mejoramiento de la salud integral y cuidado corporal de la población del sector Sur de Quito, lo que a su vez conlleva a mejorar el estilo de vida de sus habitantes.
- La crisis económica en el país y en el mundo han obligado a emprender trabajos de excesivo estrés, por esto el Centro Terapéutico de Medicina Alternativa y Spa se caracterizará por buscar salud y relajación contribuyendo de esta manera al mejoramiento físico y psíquico del ser humano.
- El Centro Terapéutico de Medicina Alternativa y Spa realizará campañas de concientización para que la gente se informe sobre la importancia de crear una cultura del cuidado de la salud.
- Creación de fuentes de empleo en el sector de Sur de Quito aunque en muy bajo número (13 personas en diversas áreas).

- Un aspecto negativo para el proyecto es el desconocimiento de mucha gente del verdadero significado de un Spa.

**Cuadro No.165
MATRIZ DE IMPACTO SOCIAL**

INDICADOR	NIVEL DE IMPACTO											
	-5	-4	-3	-2	-1	0	+1	+2	+3	+4	+5	
Brindar soluciones adecuadas a las necesidades de la sociedad con personal capacitado con la finalidad de cubrir las necesidades de forma responsable y con garantía.												x
El Centro Terapéutico de Medicina Alternativa y Spa se caracterizará por buscar salud y relajación contribuyendo de esta manera al mejoramiento físico y psíquico del ser humano.										x		
Realizar campañas de concientización para que la gente se informe sobre la importancia de crear una cultura del cuidado de la salud.										x		
Creación de fuentes de empleo en el sector de Sur de Quito.							x					
Desconocimiento de mucha gente del verdadero significado de un Spa.					x							
TOTAL	0	0	-3	-2	0	0	+1	+2	0	+4	+5	

Fuente: Estimación particular.

Elaborado por: María Augusta Semanate H.

$$\text{Impacto} = \frac{\sum \text{Nivel}}{\text{Número de Indicadores}}$$

$$\text{Impacto} = \frac{13}{5}$$

$$\text{Impacto} = 2,6$$

De acuerdo al resultado obtenido, se puede decir que el impacto social es positivo y aunque es mínimo, es un aporte efectivo a la comunidad, por lo tanto el proyecto es socialmente viable.

6.3.2. IMPACTO ECONÓMICO

El crecimiento económico es un factor fundamental para toda la sociedad y su incremento se lo puede medir a través de los niveles de inversión por tanto esto se reflejará en varios aspectos positivos que conlleva la creación de un Centro Terapéutico de Medicina Alternativa y Spa , entre ellos se menciona los siguientes:

- La implementación de un Centro Terapéutico de Medicina Alternativa en el Sector Sur de Quito, específicamente en Quitumbe, beneficiará a las propiedades (revalorización de terrenos) y locales que se encuentran alrededor, ya que aumentará la afluencia de gente mejorando el comercio y por ende la economía del sector.
- Los sueldos que se pagarán al personal de Brío Spa Terapéutico serán justos, permitiéndoles mejorar su calidad de vida. Cabe mencionar que todo el personal recibirán beneficios de ley incluyendo el reparto de utilidades (%) al final de cada año.
- La construcción de Brío Spa Terapéutico necesitará de personas que requieren trabajos de construcción, por tanto la empresa contribuirá, aunque en mínimo porcentaje, a aumentar la población económicamente activa ocupada (PEA) del Sector.
- Al realizarse la inversión dentro del Ecuador se aportará a la economía local debido a que se generará movimiento comercial y pago de impuestos al Estado.
- Un aspecto negativo del proyecto es que las empresas que ofrecen servicios similares como gimnasios, centros de estética, saunas y peluquerías, están incluyendo dentro de su cartera de servicios algunas terapias y tratamientos que

son propiamente de un Spa con precios bajos, esto ocasiona que los clientes se puedan rehusar a pagar valores mayores por un servicio de calidad.

Cuadro No.166
MATRIZ DE IMPACTO ECONÓMICO

INDICADOR	NIVEL DE IMPACTO											
	-5	-4	-3	-2	-1	0	+1	+2	+3	+4	+5	
Aumento de afluencia de gente mejorando el comercio y por ende la economía del sector.											x	
Los sueldos que se pagarán al personal de Brío Spa Terapéutico serán justos.											x	
La construcción de Brío Spa Terapéutico necesitará de personas que requieren trabajos de construcción, por tanto la empresa contribuirá aunque en poco porcentaje a aumentar la población económicamente activa ocupada (PEA) del Sector.									x			
Al realizarse la inversión dentro del Ecuador se aportará a la economía local debido a que se generará movimiento comercial y pago de impuestos al Estado.									x			
Empresas que ofrecen servicios similares como gimnasios, centros de estética, saunas y peluquerías están incluyendo dentro de su cartera de servicios algunas terapias y tratamientos que son propiamente de un Spa con precios bajos.											x	
TOTAL	0	0	-3	-2	0	0	+1	+2	0	+4	+5	

Fuente: Estimación particular.

Elaborado por: María Augusta Semanate Herrera.

$$\mathbf{Impacto} = \frac{\Sigma \text{Nivel}}{\text{Número de Indicadores}}$$

$$\mathbf{Impacto} = \frac{9}{5}$$

$$\mathbf{Impacto} = 1,8$$

De acuerdo a la cifra obtenida, el impacto social es positivo y aunque mínimo es un aporte efectivo a la comunidad, por lo tanto el proyecto es viable.

6.3.2. IMPACTO AMBIENTAL

El impacto ambiental se relaciona con los beneficios o efectos negativos que generará el Centro Terapéutico de Medicina Alternativa y Spa en el medio ambiente, entre ellos:

- Uno de los efectos positivos en el entorno ambiental es que el Centro Terapéutico de Medicina Alternativa y Spa contribuirá a minimizar los impactos negativos contra el medio ambiente haciendo uso de productos naturales, tecnología compatible con el entorno, utilizará racionalmente la energía eléctrica y agua potable, manejará adecuadamente desechos plásticos y de papel, cumplirá con los días de recolección de basura y adecuará de manera correcta el área exterior de la empresa.
- Un aspecto negativo para el proyecto es la eliminación de agua como desecho para esto se tiene previsto un sistema de alcantarillado adecuado para la eliminación de aguas proveniente del uso de maquinarias equipos.

Cuadro No.167

MATRIZ DE IMPACTO AMBIENTAL

INDICADOR	NIVEL DE IMPACTO										
	-5	-4	-3	-2	-1	0	+1	+2	+3	+4	+5
Se contribuirá a minimizar los impactos negativos contra el medio ambiente haciendo uso de productos naturales, tecnología compatible con el entorno, utilizará racionalmente la energía eléctrica y agua potable, manejará adecuadamente desechos plásticos y de papel, cumplirá con los días de recolección de basura y adecuará de manera correcta el área exterior de la empresa.									X		
Genera la eliminación de agua como desecho, para esto se tiene previsto contar con un sistema de alcantarillado adecuado para la eliminación de aguas proveniente del uso de maquinarias y equipos.					X						
TOTAL	0	0	0	0	-1	0	0	0	+3	+8	+5

Fuente: Estimación particular.

Elaborado por: María Augusta Semanate H.

$$Impacto = \frac{\sum Nivel}{Número de Indicadores}$$

$$Impacto = \frac{2}{2}$$

$$Impacto = 1$$

Se puede observar que a pesar de existir un impacto ambiental negativo (eliminación de agua contaminada), este es bajo, por tanto el proyecto es viable con el manejo adecuado de desechos y un sistema de alcantarillado adecuado.

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

CONCLUSIONES

- El Centro Terapéutico de Medicina Alternativa y Spa se construirá en el Sector Sur de la Ciudad de Quito, específicamente en Quitumbe. Prestará los siguientes servicios: Acupuntura, Hidroterapia, Baños De Cajón, Masajes Terapéuticos, Reflexología, Pilates, Power Latino, Tratamientos Faciales Y Tratamientos Corporales. Además pondrá a disposición de sus clientes un área denominada sala de té en la que se podrá disfrutar de bebidas frías, calientes, postres entre otros. Cabe señalar que todas las áreas del Centro serán equipadas con terapias de medicina alternativa como son la Aromaterapia, Cromoterapia y Musicoterapia.
- De acuerdo a la segmentación de mercados realizada, se estableció que el mercado objetivo es de 322.188 habitantes, personas que residen en el Distrito Metropolitano de Quito sector Sur, entre hombres y mujeres de 18 años en adelante, de niveles socioeconómicos C y D.
- En cuanto a gustos y preferencias se encontró que gran parte de personas que residen en el sector Sur de Quito estarían dispuestos a asistir a un Centro Terapéutico de Medicina Alternativa y SPA entre hombres y mujeres, notando que aún existe una tendencia de mayor aceptación de estos centros por parte de elementos femeninos, consecuentemente se pudo observar que existe gran aceptación por parte del sector masculino esto se debe a que el nivel de consumo en cuanto al mercado del cuidado de la salud y apariencia física está tomando gran fuerza en ambos sexos.
- Al mismo tiempo se pudo notar que personas con edades entre 18 y 35 años optarían por tratamientos enfocados a mejorar la apariencia física y personas de 35 años en adelante preferirían tratamientos enfocados a mejorar su salud con técnicas de relajación.

- En el estudio, se pudo notar, la inexistencia de datos históricos relacionados con este tipo de servicios, por esta razón los cálculos y proyecciones se realizaron con datos obtenidos en la encuesta.
- Se evidencia que en el Sur de Quito existen sitios denominados Spa que brindan terapias alternativas pero son muy pocos en relación a los existentes en el norte y los valles de Quito. Actualmente, ingresó al mercado un centro llamado Senti2 el cual en base a sus diversos tratamientos e infraestructura, pretende posicionarse en el mercado, convirtiéndose esta empresa principal competidor.
- Se promocionará a Brío Spa Terapéutico mediante la creación de una página web, con flyers, afiches o carteles publicitarios y mediante la contratación de espacios en la revista La Familia.
- Los precios de cada uno de las terapias, tratamientos y productos de venta fueron fijados en función de los insumos necesarios para la prestación del servicio y en relación a los precios de la competencia.
- Del Estudio Técnico, se obtiene que el Centro Terapéutico de Medicina Alternativa y SPA, podrá atender aproximadamente a 9.648 personas en forma anual lo que representa el 7,6 % de la demanda actual (137.735 dato calculado en el Estudio Mercado). Cabe señalar que esta cifra es la capacidad máxima, sin embargo en la práctica se trabajará con un criterio conservador.
- El talento humano estará integrado por 13 personas en total, 7 son considerados mano de obra directa, 2 mano de obra indirecta y 4 personal administrativo.
- El proyecto requerirá una inversión total de 255.182,53 dólares, entre activos fijos, activos diferidos y capital de trabajo. Cabe señalar que para el presente estudio se cuenta con terreno propio. Por esta razón este rubro no se registro como desembolso en el flujo de caja.

- El lugar de funcionamiento del Centro Terapéutico de Medicina Alternativa y Spa será una construcción nueva que requerirá de una alta inversión, la misma que será respaldada por aporte de los socios y un préstamo bancario. El valor total requerido para la obra civil es de 111.317,92 dólares, esto incluye limpieza del terreno, obra gris, acabados y áreas verdes. Cabe señalar que la empresa recurrirá a un préstamo bancario concedido por el Banco Pichincha a una tasa de interés del 14% a cinco años plazo, que representa el 32,01% del financiamiento total.
- Según el Estudio Financiero, el Valor Actual Neto (VAN) del proyecto será de 182.864,90 dólares, lo que determina que el proyecto recupera el costo de la deuda, el costo de la inversión por tanto el proyecto es aceptable. Por otro lado se estima una tasa de rentabilidad TIR igual al 44,43%, lo que refleja rendimiento sobre la inversión, de esta forma es decisión del inversionista tomar la decisión de llevar a cabo o no el proyecto.

RECOMENDACIONES

- El Centro Terapéutico de Medicina Alternativa y Spa deberá ser muy cauteloso al contratar el personal, ya que de ellos dependerá la calidad del servicio.
- Es importante la inversión en publicidad a fin de alcanzar atracción de los futuros clientes.
- Brío Spa Terapéutico deberá estar siempre atento a las nuevas tendencias en cuanto a terapias alternativas para hacer frente a la competencia.
- Por otro lado, como se ha mencionado a lo largo del desarrollo del trabajo de investigación, no se puede negar la importancia que tienen las actividades relacionadas para mejorar la salud del ser humano, principalmente las que se relacionan con el uso del agua, las cuales producen grandes beneficios terapéuticos y sin duda alguna hacen que sea una actividad ampliamente

recomendada, es por esta razón que debería fomentarse la práctica de este tipo de actividades en bien de la salud.

- Hoy en día los sistemas médicos alternativos cuentan con gran sustento científico y ofrecen muchas ventajas usándolos como complemento a los medicamentos farmacéuticos, especialmente en enfermedades causadas por el trajín tales como: el estrés, la depresión, la ansiedad, la obesidad, entre otras. En ocasiones se puede observar que la medicina general produce una batalla química dentro del organismo, a diferencia de las técnicas alternativas que tratan de armonizar la energía del ser humano con su entorno, por esta razón se recomienda a los profesionales médicos combinar la medicina tradicional con la medicina alternativa.

GLOSARIO

Analgésico: Sustancia o medicamento que calma o quita el dolor físico.

Baño: Es la técnica que consiste en la inmersión en el agua mineral - medicinal durante un tiempo y una temperatura determinada.

Cliente: Es el ¿para quién? de la acción, tiene relación con los actores. Tenemos clientes internos y clientes externos. Estos tienen demandas específicas en términos de la cantidad y calidad de los bienes o servicios que queremos producir. Hay dos calidades del cliente/consumidor.

Cultura: Es el conjunto de maneras de pensar, de sentir y de actuar en relación con la naturaleza, con lo humano y con lo absoluto. También el conjunto de modelos de comportamiento de pensamiento y de sensibilidad que estructuran las actividades humanas.

Contusiones: Son la consecuencia de un traumatismo interno asociado a un impacto externo.

Equipo de trabajo: Un equipo es un grupo de técnicos vinculados a la ejecución de un proyecto, que trabaja y reside en una localidad. Los equipos actúan en forma orgánica y coordinadamente en función de resultados y estrategias, dentro de una organización para el desarrollo, o para ejecutar estrategias.

Estímulos: Cualquier elemento externo a un cuerpo o a un órgano que estimula, activa o mejora su actividad o su respuesta o reacción.

Estrategia: La estrategia es la visión de futuro compartida que los actores sociales diseñan en respuesta a los problemas que califican la situación, para ser controlada o resuelta. La estrategia es coherente con la declaración de visión, que es el eje metodológico del modelo de planificación que proponemos.

Estrés: El estrés, es una reacción producido por el organismo para protegerse de las presiones físicas o emocionales, en esta reacción participan el cerebro, los nervios, el corazón, la digestión entre otros. A menudo puede causar ansiedad, tensión y otras reacciones fisiológicas.

Funciones: Las funciones son la respuesta a la pregunta ¿Qué hace quién? Los actores que conciertan en el contexto del Mapa Estratégico, se comprometen a asignar recursos, dinero, personal, dar apoyo logístico; asumir responsabilidades especializadas dentro del proyecto, de acuerdo a las destrezas particulares que dispone.

Fobia: Es un trastorno de salud emocional que se caracteriza por un miedo intenso y desproporcionado ante objetos o situaciones concretas como, por ejemplo, a los insectos (entomofobia) o a los lugares cerrados (claustrofobia).

Lodo: Mezcla de sustancias orgánicas carbonosas y minerales que se utilizan con fines terapéuticos y cuya aplicación se realiza de forma externa.

Masoterapia: Consiste en la ejecución de masajes a fin de prevenir y tratar ciertas enfermedades.

Mesoterapia: Es un tratamiento que se basa en la aplicación de inyecciones por un profesional, a través de estas inyecciones se inyecta fármacos o productos homeopáticos.

NCCAM: Centro Nacional para Medicina Complementaria y Alternativa, es la agencia principal del gobierno federal para la investigación científica sobre medicina complementaria y alternativa (CAM).

Objetivos: Es un propósito o aspiración a lograr. A través de él se enuncia lo que se quiere alcanzar en plazos determinados. El objetivo está relacionado con las estrategias del proyecto. Objetivos generales corresponden a estrategias generales y objetivos específicos corresponden a estrategias específicas. Los objetivos específicos son subsidiarios de los objetivos generales.

Planificación: La planificación es una actividad continua de guiar un sistema, dada una situación deseable de ese sistema. Un sistema es un conjunto de elementos en interacción dinámica, de tal forma que el grupo constituye un todo que tiene propiedades como si fuera una entidad, un todo complejo, considerado como un todo organizado, en función de un objetivo.

Problema: Es cualquier situación que afecta o restringe el bienestar de personas, grupos o la comunidad. El problema, es la insatisfacción con la situación actual, porque se vislumbran que hay posibilidades de mejoramiento, si se comparan los niveles actuales de eficacia, eficiencia y productividad, con hipotéticos niveles futuros.

Proyecto: La noción de imagen de la situación, supone disponer de un problema que queremos resolver, el que visto desde la planificación nos propone resultados a partir de la definición de objetivos. Disponer de objetivos y resultados a obtenerse es tener un proyecto.

Resultados: Los resultados son los productos que queremos obtener en un plazo determinado y con la inversión de ciertos recursos.

Spa: Es la salud por medio del agua, estos lugares disponen de un espacio de bienestar donde se aplican los tratamientos que se realizan con agua. El Spa busca en mayor grado de conseguir relax, salud y belleza.

Terapia: Es un tratamiento que tiene como fin erradicar la enfermedades y aliviar dolores.

Tóxico: Sustancia venenosa que produce efectos nocivos sobre el organismo.

FUENTES DE INFORMACIÓN

LIBROS

- ÁVILA Pedro, *Terapias Antiguas del futuro, salud, vida, belleza, por el naturismo*. 1ra Edición. Editorial Ecoe. Colombia. 1999.
- BACA Gabriel, *Evaluación de proyectos*. 5ta Edición. Editorial McGraw – Hill. México. 2006.
- BACA, Gabriel. *Fundamentos de Ingeniería Económica*. 4ta Edición. Edición McGraw – Hill. México. 2007.
- CHECKLAND, P. “*La Metodología de los Sistemas de Acción*”. Editorial Noriega. México. 1994.
- CLAUDE LEBOYE, Levy. *Gestión de las competencias*. Barcelona. 2003.
- ENCICLOPEDIA DE LA MEDICINA ALTERNATIVA. Editorial Océano. Barcelona. 2004.
- EYSSAUTER DE LA MORA, Maurice. *Metodología de la Investigación*. 4ta Edición. Editorial Ecafsa. México. 2002.
- JIMENEZ V, Carlos Alberto. *Ludoterapia Terapias Alternativas desde la Neuropedagogía y la lúdica para trastornos del comportamiento, del desarrollo y del aprendizaje*. 1ra Edición. Editorial Delfín. Colombia. 2007.
- KNEIPP Sebastián. *Método de hidroterapia*. Editorial Maxtor. España. 1898.
- LAMB, Charles W. Jr. y otros. *Marketing*. 6ta. Edición. Editorial Thompson. México. 1998.
- LUECKE, Richard. *Gestión de Proyectos*. 2da. Edición. Ediciones Deusto. Barcelona. 2004.
- LUZURIAGA, Jorge. *Metodología de la Investigación*. PPL Editores. 2da. Edición. Quito. 2003.
- MENESES ALVAREZ, Edilberto. *Preparación y Evaluación de Proyectos*. Tercera Edición. Editorial Quality Print. Ecuador. 2001.
- OROZCO J, Arturo. *Investigación de Mercados de concepto y práctica*. Editorial Norma S.A. Bogotá.

- R., TISSERAND. *El arte de la aroma terapia Aceites esenciales y masajes para la cura del cuerpo y la mente*. Ediciones Paidós Ibérica. Bogotá. 1997.
- RATEY, John J. *El Cerebro*. Ediciones Random House Mondadori. Madrid. 2003.
- SAPAG, Nassir. *Preparación y Evaluación de Proyectos*. 4ta. Edición. Editorial Mc Graw Hill. México. 2004.
- VEJAR, Ricardo. *Terapias con Color*. Escuela de Enseñanza de Medicina Natural Esculapio. 2008.
- VIÑAS, F. *Hidroterapia, la curación por el agua*. 4ta. Edición .Ediciones Integral. Barcelona. 1994.
- W.J., Stanton. *Fundamentos de Marketing*. 9na Edición .Ediciones McGraw Hill.

DOCUMENTOS INSTITUCIONALES

- OCHOA, Germán. *Ministerio de Salud Pública*. Subproceso de Medicina Intercultural del Proceso de Normalización. Ediciones Galaxi. Ecuador. 2008.
- SUBIA, Luis. *Indice Estadístico Ecuador*. Edición Limitada.2007.

PÁGINAS DE INTERNET

- CRUZ A, Luis. *Diseño y Evaluación de Proyectos de Inversión*. Edición Asociación María Augusta Proaño.
[http://www.scoutsecuador.org/Documentos/RAMAS/Rovers/OTRO/Libro_proyectos.pdf].
- FISIOSTAR. 2009.
[<http://www.fisiostar.com/2009/10/el-masaje-efectos-indicaciones-y.html>].
- FITOTERAPIA NET, Octubre 2009.
[http://www.fitoterapia.net/portada/portada_editor.php].
- GARCÍA, Penelope. SCHUPNIK. Walter. 2008.
[<http://www.gestiopolis.com/canales6/mkt/mercadeopuntocom/posicionamiento-guerra-en-la-mente-del-consumidor.htm#mas-autor>].
- GRUPO PUBLISPAIN, Octubre 2009,
[http://www.publispain.com/yoga/funcion_yoga.html].
- HERNÁNDEZ BRAVO, Juan, *Segmentación de Mercados*. 2002.
[<http://www.gestioolis.com/recursos/documentos/fulldocs/mar/segmdos.htm>].

- MADVERAS, 2009.
[<http://www.madveras.com/personal/post.php/3-ELEMENTO-FUEGO/1>].
- MUÑIZ, Rafael. *Marketing en siglo XXI*. 2da. Edición.
www.marketing-xxi.com/el-plan-de-marketing-en-la-empresa-132.htm].
- NATURAMEDIC, Octubre 2007.
[<http://www.naturamedic.com/reflexologia.htm>].
- OMS, improving the health of the people of the Americas.
[http://www.paho.org/English/HPP/HPF/HEC/hmc_Costa_Rica.htm].
- TORRENTES PONS, Ivonne. *Estrategias de Comunicación o con Comunicación*.
[<http://www.manualesmarketing.com/manuales/Estrategia%20de%20Comunicacion>]
:
- WIKIPEDIA.
[<http://es.wikipedia.org/wiki/Telemarketing>].

SITIOS DE INTERNET INSTITUCIONES

- BANCO CENTRAL DEL ECUADOR.
<http://www.bce.fin.ec/>
- IESS. INSTITUTO DE SEGURIDAD SOCIAL.
<http://www.ies.gov.ec/site.php?content=1336-empleadores>].
- INEC, INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICAS Y CENSOS.
<http://www.inec.gov.ec/web/guest/inicio>.
- MINISTERIO DE SALUD PÚBLICA.
<http://www.msp.gov.ec/dnspi/5otrasintro.htm>.
- MUNICIPIO DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO.
<http://www.quito.gov.ec/>
- NCCAM, NATIONAL CENTER OF COMPLEMENTARY AND ALTERNATIVE MEDICINE. [<http://nccam.nih.gov/health/atoz.htm>].

- OMS, ORGANIZACIÓN MUNDIAL DE LA SALUD.
[\[http://www.who.int/es/\]](http://www.who.int/es/).

- SRI, SERVICIO DE RENTAS INTERNAS.
[\[http://www.sri.gov.ec\]](http://www.sri.gov.ec).

- SUPERINTENDENCIA DE COMPAÑÍAS DEL ECUADOR.
<http://www.supercias.gov.ec/Documentacion/Sector%20Societario/Marco%20Legal/LEY%20DE%20COMPANIAS.pdf>.

ANEXO 1

MINISTERIO DE SALUD PÚBLICA

La Ley Orgánica de Salud (Ley 67. Reg. Of. Suplemento: 423, 22 diciembre del 2006)

Capítulo 1, Artículo 1 (Principios y finalidad) “... regular las acciones que permitan efectivizar el derecho universal a la salud consagrado en la Constitución Política de la República y la ley. Se rige por los principios de equidad, integralidad, solidaridad, universalidad, irrenunciabilidad, individualidad, participación, pluralidad, calidad y eficiencia, con enfoque de derechos, intercultural, de género, generacional y bioético”.

Artículo 6: Es responsabilidad del Ministerio de Salud Pública:

- 1.- Definir y promulgar la política nacional de salud con base en los principios y enfoques establecidos en el artículo 1 de esta ley, así como aplicar, controlar y vigilar su cumplimiento;
- 26.- Establecer políticas para desarrollar, promover, y potenciar la práctica de la medicina tradicional, ancestral y alternativa; así como la investigación para su buena práctica;
- 27.- Determinar las profesiones, niveles técnicos superiores, y auxiliares de salud que deben registrarse para su ejercicio;
- 34.- Cumplir y hacer cumplir esta Ley, los reglamentos, y otras disposiciones legales y técnicas relacionadas con la salud, así como los instrumentos internacionales de los cuales el Ecuador es Signatario.

Capítulo III, Art. 7 (derechos de las personas):

- d) Respeto a su dignidad, autonomía, privacidad e intimidad; a su cultura, a sus prácticas y usos culturales: así como a sus derechos sexuales y reproductivos;
- e) Ser oportunamente informada sobre las alternativas de tratamiento, productos y servicios en los procesos relacionados con su salud, así como en usos, efectos, costos y calidad; a recibir consejería y asesoría de personal capacitado antes y después de los procedimientos establecidos en los protocolos médicos. Los integrantes de los pueblos indígenas, de ser el caso, serán informados en su lengua materna;
- h) Ejercer la autonomía de su voluntad a través del consentimiento por escrito y tomar decisiones respecto a su estado de salud y procedimientos de diagnóstico y tratamiento, salvo en los casos de urgencia, emergencia o riesgo para la vida de la personas y para la salud pública;

Libro IV (de los servicios y profesionales de salud), Capítulo II (de las medicinas tradicionales y alternativas)

Art. 192 (Medicina alternativa ejercida por profesionales con títulos reconocidos).- Los integrantes del Sistema Nacional de Salud respetarán y promoverán el desarrollo de las medicinas alternativas en el marco de la atención integral de salud. Las medicinas alternativas deben ser ejercidas por profesionales de la salud con títulos reconocidos, certificados por el CONESUP y registradas ante la autoridad sanitaria nacional. Las terapias alternativas requieren para su ejercicio, el permiso emitido por la autoridad sanitaria nacional.

Capítulo V (de las definiciones), Art. 259 (medicinas alternativas): Son el conjunto de medicinas científicamente comprobadas, ejercidas por profesionales médicos, con títulos de cuarto nivel en la materia y reconocidas por la autoridad sanitaria nacional.

Capítulo V (de las definiciones), Art. 259 (terapias alternativas): Conjunto de métodos, técnicas, y sistemas utilizados para prevención o tratamiento de enfermedades y se orientan a equilibrar el organismo en sus aspectos físico, mental o espiritual, y a establecer un balance entre el individuo y el entorno.

2008: La nueva Constitución Política del Estado

- Art. 1. El Ecuador es un Estado (...) intercultural, plurinacional (...).
- Art. 32. (...) el derecho a la salud se rige por los principios de equidad, universalidad, solidaridad, interculturalidad, calidad, eficiencia, eficacia, precaución y bioética, y enfoque de género y generacional.
- Art. 360. El sistema nacional de salud (...) promoverá la complementariedad con las medicinas ancestrales y alternativas
- Art. 362. La atención de salud (...) se prestará a través de la entidades estatales, privadas, autónomas, comunitarias y aquellas que ejerzan las medicinas ancestrales, alternativas y complementarias. (...)
- Art. 363. El Estado será responsable de (4) Garantizar las prácticas de salud ancestral y alternativa mediante el reconocimiento, respeto y promoción del uso de sus conocimientos, medicinas e instrumentos.

B. El Pueblo Afro ecuatoriano

La normativa expuesta con anterioridad a propósito de los pueblos indígenas es, en varios acápites, igualmente aplicable al pueblo afro ecuatoriano (Constitución de la República; Ley del Sistema Nacional de Salud; Ley Orgánica de Salud; Modelo de Atención Integral de Salud). Particularmente el Pueblo Afro ecuatoriano considera:

Convenio 169, OIT (Véase parte V, Artículo 25, literal 2).

C. Las Medicinas Alternativas y Complementarias

Estas medicinas, provenientes de tejidos culturales diversos, se han visto así denominadas por el hecho de representar una alternativa, o usarse como complemento de la medicina “oficial” o “convencional”. Encuentran su fundamento en conjuntos epistemológicos científica y tecnológicamente delimitados y contemplan el uso de variadas como particulares estrategias terapéuticas, bajo un universo de demanda en franco proceso de expansión.

Sin embargo, su aceptación por la medicina oficial, en el marco vigente de un paradigma científico de carácter global, ha provocado, y continúa provocando, un sinnúmero de resistencias que antes que mostrarse razonables, o dispuestas a enfrentar los resultados clínicos de protocolos de investigación apropiados, más bien objetivan intransigencias devenidas tanto del desconocimiento, como de la defensa de intereses corporativos de carácter financiero en particular.

En cualquier caso, los resultados incontrovertibles obtenidos como consecuencia de los resultados de estudios clínicos, paulatinamente han ido configurando un cuerpo normativo de garantía para el desarrollo de estos sistemas terapéuticos:

Como se vio anteriormente, el sustento jurídico hasta hoy estatuido, ampara y promueve el desarrollo de este conjunto de sistemas médicos.

ANEXO No.2
CENTROS COSMÉTOLÓGICOS Y SPA

No.	Código	Razón Social	Dirección	Localidad	Año Inicio	Último Permiso
1	23124	AIRBRUSH TANNING FLORIDA	ELOY ALFARO N33-27 Y RUSIA	QUITO	2005-147051	248671-2009
2	46702	ALMA SANA	AV. MACHALA N52-46 Y AV. LA FLORIDA	QUITO	2009-227260	227260-2009
3	171436162	ANANDA SPA	CHIMBORAZO 705 Y PAMPITE	CUMBAYA	2007-188237	188237-2007
4	20292	ANIPAZ	AMAGASI DEL INCA E15-33 Y SEGUNDA TRANSVERSAL	QUITO	2004-133808	133808-2004
5	45104	ANIPAZ CENTRO DE COSMETOLOGIA	PORTETE E10-259 Y AV. 6 DE DICIEMBRE	QUITO	2008-223330	248160-2009
7	22370	ARTEBELL	LAS HIGUERAS 118 Y JULIO ARELLANO	QUITO	2005-145477	145477-2005
8	21374	BAMBOO	DIEGO DE ALMAGRO 1101 Y LA PINTA	QUITO	2005-139070	139070-2005
10	45658	BEAUTY IMAGE	EL COMERCIO E10-113 Y EL DIA	QUITO	2008-0	0-2008
11	23055	BEAUTY SPA	RUMIPAMBA OE4-92 Y MANUELA SAENZ	QUITO	2005-146944	146944-2005
12	48197	BELLEZA Y ESTETICA	ARROYO DEL RIO 510 JOSE CORREA	QUITO	2009-242165	242165-2009
13	25634	BESSI HAO	AV. COLON Y REINA VICTORIA	QUITO	2006-158506	248926-2009
14	20962	BESSIE SHAO	ELOY ALFARO 1138 Y AV. DE LOS SHYRIS	QUITO	2004-0	248929-2009
15	25761	BESSIE SHAO	AV. NACIONES UNIDAS S/N Y AV. AMAZONAS	QUITO	2006-158814	248928-2009
16	15691	BIO SPA	AV. REPUBLICA E2-15 Y ATAHUALPA	QUITO	2002-113055	158852-2006
18	26871	BIO STETIC CENTER	RAMON VALAREZO NS 706 SAN PEDRO CLAVEL	QUITO	2006-160246	160246-2006
19	26795	BIOESTETICA MEDICA	IÑAQUITO S/N Y AUZ (EDIF.DINASTIA LOCAL 3)	QUITO	2006-160132	249988-2009
20	23574	BLUE SPA	GRECIA N33-51 Y AV. REPUBLICA	QUITO	2006-149541	222736-2008
21	46720	BODY SLIM	SUIZA 209 Y AV. ELOY ALFARO	QUITO	2009-228806	228806-2009
22	51063	BRUNO VASSARI ECUADOR CIA. LTDA.	UNION NACIONAL DE PERIODISTAS 4080 Y AV. AMAZONAS	QUITO	2009-247671	247671-2009
23	26994	BUONA VITA	BAÑOS N3-177 Y GONZALEZ DE LA VEGA	QUITO	2006-160460	230980-2009
24	20482	CAROLINE CENTRO DE ESTETICA	DIAZ DE PINEDA 329 Y PEDRO DE ALFARO	QUITO	2004-134341	174008-2007
25	7921	CASA GEROVITAL (CENTRO COSMETOLOGICO)	PAUL RIVET 262 Y WIMPER	QUITO	2000-88756	237979-2009
26	44912	CENESPE	SERAPIO JAPERAVI S11-55 Y LINO CURIMA	QUITO	2008-222973	250624-2009

27	19297	CENTRO ACUARIO COSMETOLOGIA	SAN PEDRO 3329 Y RUMIPAMBA	QUITO	2004-128419	128419-2004
28	1127	CENTRO COSMETOLOGIA Y ESTETICA FEMENINA	RIO COCA 2027 Y AV. AMAZONAS	QUITO	1999-84194	95912-2001
30	14260	CENTRO COSMETOLOGICO BEAUTY FACE	AV. LA PRENSA 5952 Y MANTA	QUITO	2002-104828	104828-2002
31	3994	CENTRO COSMETOLOGICO BESSI SHAO	TORRES DE ALMAGRO LOCAL 10	QUITO	1999-86836	104638-2002
32	25193	CENTRO COSMETOLOGICO SILUETA	AV. LOS SHYRIS 4039 Y GASPAR DE VILLARROEL	QUITO	2006-157676	22718439-2007
33	170337275	CENTRO COSMETOLOGICO Y ESTETICA	MARIANA DE JESUS 930 Y AMAZONAS	QUITO	2007-22715830	22715830-2007
35	20357	CENTRO DE COSMETOLOGIA GAULLE Y FABIANA	AMAZONAS N30-229 Y ELOY ALFARO	QUITO	2004-133965	133965-2004
36	13456	CENTRO DE COSMETOLOGIA NEW FACE	AV.6 DE DICIEMBRE Y LA NIÑA	QUITO	2001-102930	102930-2001
37	21913	CENTRO DE COSMETOLOGIA PIEL VIVA	AV. DE LOS GRANADOS 385 E ISLA MARCHENA	QUITO	2005-143645	143645-2005
38	25762	CENTRO DE COSMETOLOGIA Y ESTETICA	EL UNIVERSO 1758 Y EL TIEMPO	QUITO	2006-158815	218124-2008
39	170837709	CENTRO DE COSMETOLOGIA Y ESTETICA	JONH F. KENEDY N72332 DIEGO DE VAZQUEZ	QUITO	2007-187164	232806-2009
40	20438	CENTRO DE COSMETOLOGIA Y ESTETICA FEMENINA	EL CANELO 7-124 Y PUNTA ARENAS	QUITO	2004-134241	247116-2009
41	21108	CENTRO DE ESTETICA Y RELAJACION JOLI	BOLIVIA OE2-22 Y PEREZ GUERRERO	QUITO	2005-142463	182226-2007
43	23351	CENTRO DE ESTETICA VIDA	RUMIPAMBA 901 Y YUGOESLAVIA	QUITO	2006-147853	167936-2007
44	11809	CENTRO DE ESTETICA VITALSPA BODY CENTER	AV. 6 DE DICIEMBRE N 33-233 ELOY ALFARO	QUITO	2001-98960	252490-2009
45	18918	CENTRO DE ESTETICA Y BELLEZA STELLA DURAN	ALEMANIA 651 Y AV. MARIANA DE JESUS	QUITO	2004-125460	152808-2006
46	20905	CENTRO DE ESTETICA Y COSMETOLOGIA	AV. MALDONADO S9-255 Y AV. NAPO	QUITO	2004-135423	224242-2008
47	14554	CENTRO DE ESTETICA Y DEL ESTRES RENACER	AV. REPUBLICA 16-13 Y RUMIPAMBA	QUITO	2002-106428	175492-2007
48	21810	CENTRO DE ESTRES Y AROMATERPIA	ULTIMAS NOTICIAS N37-146 Y EL ESPECTADOR	QUITO	2005-143486	254059-2009
49	22446	CENTRO DE TRATAMIENTO DEL ESTRÉS	AV. AMAZONAS Y ROBLES 653	QUITO	2005-145656	145656-2005
50	42161	CENTRO ESTETICO BELLISSIMA	CAPITAN ERNESTO MUÑOZ N44-10 Y AV. EDMUNDO CARVAJAL	QUITO	2008-214321	214321-2008
51	40364	CENTRO ESTETICO KIBELLA	MUROS N27-192 Y AV. GONZALEZ SUARES	QUITO	2008-203439	203439-2008
52	28943	CENTRO ESTETICO Y CORPORAL LORENA	WILSON E7-63 Y DIEGO ALMAGRO	QUITO	2006-163650	163650-2006
53	49836	CENTRO FACIAL ROSMOS	PABLO SANCHUN 232 ESTEBAN MENIZ	QUITO	2009-245991	245991-2009
54	7380	CENTRO INTEGRAL DE ESTETICA FAMOLIZ	FRANCISCO AGUIRRE 240 Y RAMON BORJA	QUITO	2000-87586	87586-2000
55	48847	CENTRO MEDICO ESTETICO	CALLE DE LOS CHOLANES E14-175 Y LAS ANONAS	QUITO	2009-0	0-2009

56	27524	CITY SUN	AMAZONAS 34-159 E IÑAQUITO	QUITO	2006-161598	161598-2006
57	9499	CORPO BELO	FRANCISCO DE NATES 362 E HIDALGO DE PINTO	QUITO	2000-92544	245174-2009
59	29975	COSMETICA BIOLOGICA	REINA VICTORIA N24-151 Y FOCH	QUITO	2006-0	0-2006
60	10916	COSMETICA LI	C.C.I.-AMAZONAS Y NACIONES UNIDAS	QUITO	2000-94692	100716-2001
61	9085	COSMETOLOGIA ANNE SHAO	AV. DE LA PRENSA 2449 (C.C. AEROPUERTO)	QUITO	2000-91750	91750-2000
62	18324	COSMETOLOGIA BLUE DREAM	LOS SHYRIS 1318	QUITO	2003-123958	132685-2004
64	9084	COSMETOLOGIA ORIENTAL ANNE SHAO	AV. AMAZONAS 678 Y RAMIREZ DAVALOS	QUITO	2000-91749	99607-2001
65	13064	COSMETOLOGIA SILVY	OLMEDO OE-909 Y MIRES	QUITO	2001-102225	250008-2009
66	43529	COSMETOLOGIA Y ESTETICA MISHHELL	AV. MARIANA DE JESUS OE5-27 Y AMAZONAS	QUITO	2008-219560	228895-2009
67	12956	D Y D DEPILACIONES	PINZON 2641 Y COLON	QUITO	2001-101995	101995-2001
68	22987	DAY SPA BODY LOOK	ABASCAL E12-49 Y AV. GASPAR DE VILLARROEL	QUITO	2005-146811	245179-2009
69	34594	DEMANU	VOZ ANDEZ 630 Y DOUGER	QUITO	2007-184320	184320-2007
70	23421	DERMACARE CUIDADO DERMICO AVANZADO CIA. LTDA.	SUIZA N33-99 Y ELOY ALFARO	QUITO	2006-148265	237199-2009
71	53463	DERMACOSMETIC	MONTUFAR N911 ESMEALDAS	QUITO	2009-254194	254194-2009
72	171435705	DERMO ESTETICA	PAMPITE S/N Y CHIMBORAZO (CUMBAYA)	CUMBAYA	2007-187424	227796-2009
73	21758	DERMOFORM	GENERAL RUMIÑAHUI 236 SEGUNDA TRANSVERSAL	SAN RAFAEL	2005-142796	246789-2009
74	51713	DIAGNOSTICA - MEDICA ESTETICA	GONZALEZ SUAREZ 1365 Y BARRETO	QUITO	2009-250519	250519-2009
75	22439	DIVAS SPA	AV. DE LOS GRANADOS S/N Y CALLE C	QUITO	2005-145650	145650-2005
77	32534	ELENE PARIS	AZUAY 3133 Y AV. AMAZONAS	QUITO	2007-170958	205127-2008
78	170335999	ELLEZA S.A	ALEMANIA N31-155 Y MARIANA DE JESUS	QUITO	2007-187982	211566-2008
79	170336000	ELLEZA S.A	AV. RODRIGO DE CHAVEZ 651 Y PEDRO DORADO	QUITO	2007-187959	229628-2009
80	170336003	ELLEZA S.A	AV. LA PRENSA N52-27 Y FLORIDA	QUITO	2007-187957	211568-2008
81	22397	EQUILIBRIO VITAL EQUIVIT S.A.	PAMPITE (CUMBAYA)	CUMBAYA	2005-145503	168403-2007
82	26143	ESSENZA SPA	AV. 10 DE AGOSTO Y RETAMAS JUNTO A AUTOMOTORES CONTINENTAL	QUITO	2006-159331	218978-2008
84	13136	ESTETICA FACIAL MAIFFER	TOMAS DE BERLANGA 444 Y AV. LOS SHYRIS	QUITO	2001-102359	102359-2001
85	46347	ESTETICA FACIAL Y CORPORAL	NUÑEZ DE VELA 330 Y COREA	QUITO	2008-225292	248995-2009

86	24034	ESTETICA NATURAL S.O.S.	AV. AMAZONAS N24-17 Y PINTO	QUITO	2006-152609	152609-2006
87	39118	ESTETICA Y BELLEZA	EL DIA N38-13 Y EL TELEGRAFO	QUITO	2007-22717349	200411-2008
88	9338	EURO- BIOCENTER	AV. REPUBLICA E3-32 Y AZUAY	QUITO	2000-92256	237400-2009
89	53693	EURO STETIC	AV. BRASIL N40-38 Y CHARLES DARWIN	QUITO	2009-253299	253299-2009
90	34067	FIGURATE	VOZ ANDES 610 BOUGUER	QUITO	2007-182271	0-2009
91	38666	FUNDACION ACUARIO GRUPO DE ESTUDIOS HUMANISTICOS	BOSMEDIANO N1059 Y 6 DE DICIEMBRE	QUITO	2007-22716734	217320-2008
92	32194	FUTUR SPA	EL TELEGRAFO 521 Y AV. LOS SHYRIS	QUITO	2007-167130	231306-2009
93	17743	GEMO- SPA	EL MORLAN 145 Y AV. EL INCA	QUITO	2003-121356	225666-2009
94	41808	HEALTH HOME	JOSE HERBOSO OE3-178 Y AV. LA PRENSA	QUITO	2008-212968	226866-2009
95	50951	IMAGEN ESTETICA - SALUD	SAN GABRIEL OE6-161 A DOS CUADRAS DEL HOSPITAL METROPOLITANO	QUITO	2009-247808	247808-2009
96	18742	IMAGGEN ESTETICA Y PELUQUERIA	ULLOA 611 Y ACUÑA	QUITO	2003-124992	223362-2008
97	18393	INVESTETICA	EL ZURRIAGO E9-60 Y SHIRYS	QUITO	2003-124085	145231-2005
98	12042	JUVENSA CENTRO ESTETICO	JOSE PUERTA 242 Y AV. ELOY ALFARO	QUITO	2001-99723	767-2008
99	46533	KARLA SEMANATE PELUQUERIA SPA	AV. REPUBLICA OE2-34 Y TERESA CEPEDA	QUITO	2008-225578	226345-2009
100	46554	KARLA SEMANATE PELUQUERIA SPA	AV. 6 DE DICIEMBRE Y GASPAS DE VILLARROEL	QUITO	2008-225573	226343-2009
101	34595	KATHY SCHAO	DIEGO MENDEZ OE3-158 Y VIRREYS	QUITO	2007-184477	226947-2009
102	40571	KATHY SCHAO	AV. ALONSO DE ANGULO OE2-710 Y JIPIJAPA	QUITO	2008-205976	247118-2009
103	48037	KETER	CARRION OE1-71 Y 10 DE AGOSTO	QUITO	2009-238299	238299-2009
104	36881	KINICENTRO	VICTOR HUGO E10-48 Y PARIS	QUITO	2008-1703522	226180-2009
105	24725	KLEYCO STETIK	AV. ILALO 149 (SAN RAFAEL)	SAN RAFAEL	2006-156265	156265-2006
106	18172	LE STELLE	CATALINA ALDAZ 165 Y AV. ELOY ALFARO	QUITO	2003-123565	133956-2004
107	8722	LE STELLE, DANIELA Y GABRIELA WEILBAUER	CATALINA ALDAZ 141	QUITO	2000-90912	90912-2000
108	8830	LIQUIDADA CENTRO DE COSMETOLOGIA "LILIANA YEPEZ"	TAMAYO 977	QUITO	2000-91152	103951-2002
109	22094	LIQUIDADO SLIMCENTER	AV. DIAGONAL N123 Y QUIROGA (CAYAMBE)	CAYAMBE	2005-144528	148672-2006
110	18175	LUCY BRAVO	AV. 6 DE DICIEMBRE 3059 Y AV. REPUBLICA	QUITO	2003-123568	243741-2009
111	8343	M. D. ESTETICA INTEGRAL	CALLE E N43-160 Y EDMUNDO CARVAJAL	QUITO	2000-90035	227187-2009

112	170437653	MAGIC SPA	RODRIGO DE OCAMPO E5-16 Y ANTONIO JATIVA	QUITO	2007-178260	207929-2008
113	16131	MARSONBELL S.A.	CALLE A EDIFICIO NORTE SINAI (CUMBAYA)	CUMBAYA	2002-111264	230663-2009
114	11711	MATI S	RUMIPAMBA 18-44 Y PEDREGAL	QUITO	2001-98560	105034-2002
116	53608	MEDICAL SPA NUSENSE	AV. 10 DE AGOSTO N39- 155 Y DIBUJA	QUITO	2009-253132	253132-2009
117	28759	MEDICINA HIPERBARICA Y ENDERMOLOGIA MEDIHIEN CIA.	MOSCU N34-124Y REPUBLICA DEL SALVADOR	QUITO	2006-162757	187885-2007
118	46556	MI SPA CID	AV. MARIANA DE JESUS 108 Y PRADERA	QUITO	2008-225503	254057-2009
119	14139	MUJER CENTRO DE ESTETICA FEMENINA	PORTUGAL 729 Y REPUBLICA DEL SALVADOR	QUITO	2002-104180	104180-2002
120	21988	NATURALESSA SPA	AV. DE LOS SHYRIS 2260 Y EL TELEGRAFO	QUITO	2005-144896	181377-2007
121	23282	NATURALFORM ESTETICA S.A.	BRASIL 754 Y MARIANO ECHEVERRIA	QUITO	2006-147390	168269-2007
122	170336141	NEW BODY	6 DE DICIEMBRE Y GASPAR DE VILLARROEL	QUITO	2007-188236	188236-2007
124	22641	NIDRA SPA	AV. CORUÑA N30-88 Y WHIMPER	QUITO	2005-146144	240958-2009
125	23514	NO TRAMITAR PERMISO SPA GLOBAL CENTER	AV. AMAZONAS Y JORGE WASHINGTON (C.C.ESPIRAL)	QUITO	2006-148970	186062-2007
126	29522	NOVA ESTIQUE INTERNACIONAL	GUSTAVO DARQUEA OE2-59 Y VERSALLES	QUITO	2006-165466	244621-2009
127	44682	OCEAN SPA	AV. GASPAR DE VILLARROEL E13-18 Y PASAJE CAMACHO	QUITO	2008-222608	239159-2009
128	10818	PEDICURO	SHYRIS 2345 Y EL UNIVERSO	QUITO	2000-94566	109536-2002
129	20315	PERFECT SHAPES	VIA LACTEA 165 – CUMBAYA	TUMBACO	2004-133872	133872-2004
130	17435	PIEL & PEELING	CENTRO COMERCIAL EL RECREO LOCAL A-53	QUITO	2003-123806	231827-2009
131	9811	PIEL Y PEELING	CENTRO COMERCIAL EL BOSQUE LOCAL1-8 PLANTA BAJA	QUITO	2000-93107	0-2009
132	20880	PIEL Y PEELING	ESPEJO S/N Y GUAYAQUIL -C.C. ESPEJO	QUITO	2004-135360	136664-2005
133	28838	PLENITUD	ATAHUALPA OE3-13 Y HERNANDO DE LA CRUZ	QUITO	2006-162772	162772-2006
134	23155	REDUCTION SPA	AV. REPUBLICA 16-13 Y RUMIPAMBA	QUITO	2005-147134	231081-2009
135	39952	SAIMBE CENTRO ESTETICO INTEGRAL	AV. REAL AUDIENCIA 59-43 Y LUIS TUFIÑO	QUITO	2007- 22718537	22718537- 2007
136	23017	SAMAYSPA S.A.	EL ESTABLO 46 Y CALLE E (CUMBAYA)	CUMBAYA	2005-146868	146868-2005
137	13717	SANDALO	LAS ALONDRAS C1 L1 (SAN RAFAEL)	SAN RAFAEL	2001-103300	103300-2001
138	40341	SAUDE SPA	LA RAZON N37-40 Y EL COMERCIO	QUITO	2008-0	243358-2009
139	38672	SECRETOS DE BELLEZA	INGLATERRA N32-99 Y AV. MARIANA DE JESUS	QUITO	2007- 22716629	228291-2009

140	46128	SHAMBHALASPA S.A.	RUIZ DE CASTILLA 763 Y ANDAGOYA	QUITO	2008-224881	251164-2009
141	46465	SHANDE	ULLOA N34-255 Y ABELARDO MONCAYO	QUITO	2008-225485	247587-2009
142	13669	SHAPES SOLARIUM SPA	PORTUGAL E 11-32 AV. 6 DE DICEIMBRE	QUITO	2001-103223	232539-2009
143	46313	SILUETAS	AV. BRASIL N41-66 Y BOUGUER	QUITO	2008-225326	225326-2008
144	42788	SINAI SPA	JUAN SEVERINO E6-160 Y ANTONIO NAVARRO	QUITO	2008-218420	218420-2008
145	27653	SKIN GOLDEN	AV. LOS SHYRIS N34-302 Y HOLANDA	QUITO	2006-161397	161397-2006
146	41013	SKIN LASER	VIA INTEROCEANICA KM. 10/2 (CUMBAYA)	CUMBAYA	2008-208419	231085-2009
147	22875	SMOOTH	FRANCISCO DE ORELLANA 595 E INTEROCEANICA	CUMBAYA	2005-146634	158888-2006
148	52945	SPA	AV. DE LOS SHYRIS N34-128 Y HOLANDA	QUITO	2009-252425	252425-2009
149	46917	SPA & ENERGY	GASPAR DE VILLARROEL E9-30 Y AV. DE LOS SHYRIS	QUITO	2009-233683	233683-2009
150	46778	SPA VEGA BELTRAN	AV. CARDENAL DE LA TORRE S14-144 Y RAFAEL FERRER	QUITO	2009-228524	228524-2009
151	7134	SPA. ANITA DOBRONSKI	BRASIL N45-295 Y ZAMORA	QUITO	1999-87323	0-2008
153	8021	SUENSON CENTRO CAPILAR CENECUADOR S.A.	AV. REP. DEL SALVADOR N34-127 Y AV. LOS SHYRIS	QUITO	2000-88989	231024-2009
154	24991	SUN CANELA	AV. DE LOS SHIRYS	QUITO	2006-157408	157408-2006
155	29303	THALASSA ESTHETIQUE	CALLE CATON CARDENAS OE5-220 COTOCOLLAO	QUITO	2006-163418	163418-2006
156	47689	TOTAL BEAUTY	SUIZA N33-148 Y CHECOSLOVAQUIA	QUITO	2009-235794	235794-2009
157	50006	TREEABEDUL SPA CIA.LTDA.	SUIZA N33-49 Y ELOY ALFARO	QUITO	2009-245187	245187-2009
159	23390	UTOPIZ CONSULTORIO ESTETICO	SAN SALVADOR E7-67 Y PRADERA	QUITO	2006-148177	148177-2006
160	50801	VICKY FORM STETIC	LEONIDAS PLAZA S/N Y RAMON COCA	QUITO	2009-246988	246988-2009
161	42827	VIDYA SPA	SUIZA 272	QUITO	2008-217873	248381-2009
162	20676	VITAL ENERGY	JUAN HOLGUIN OE3-45 Y AMAZONAS	QUITO	2004-134821	134821-2004
163	22313	VIVIR ESTHETIQUE	GASPAR DE VILLARROEL 174 Y AV. ELOY ALFARO	QUITO	2005-145741	145741-2005
164	23016	VON CASTELL	AV. INTEROCEANICA S/N - MIRAVALLE 2 (CUMBAYA)	CUMBAYA	2005-146870	146870-2005
165	34905	WELLNES DAY SPA	ANV. NACIONES UNIDAS Y 6 DE DICIEMBRE	QUITO	2007-185075	185075-2007

Fuente: Dirección Provincial de Salud Pública de Pichincha.

Elaborado por: María Augusta Semanate H.

ANEXO No. 3
BAÑOS SAUNAS, BAÑOS TURCOS, PISCINAS, COMPLEJOS TURÍSTICOS

No.	Código	Razón Social	Dirección	Área	Año Inicio	Último Permiso
1	25674	ACAPULCO	CRISTOBAL VACA CE CASTRO 179 Y AV. LA PRENSA	COTOCOLLAO (AREA 8)	2006-158590	158590-2006
4	19534	APARTAMENTOS TURISTICOS	ULLOA N34-633 Y REPUBLICA	LA TOLA (AREA 3)	2004-130702	233740-2009
5	23255	APOLO	SAN IGNACIO 1027 Y GONZALEZ SUAREZ	LA TOLA (AREA 3)	2005-147322	172654-2007
6	41656	AQUA SPLASH	CALLE MIAMI LOTE 1 Y AV. CARLOS MANTILLA (CALDERON)	CALDERON (AREA 21)	2008-212245	226964-2009
8	41689	AQUATIX CLUB SPA	PIMAMPIRO S1-147 Y PASAJE B	EL CARMEN (AREA 7)	2008-212163	212163-2008
9	39047	AQUAZUL	JUAN VASQUEZ S43-209 Y EMILIO UZCATEGUI	CHILLOGALLO (AREA 20)	2007-22718107	217728-2008
10	420	AROMA FUENTE DE SALUD	GONZALO DIAZ DE PINEDA Y PEDRO DE ALFARO	LA MAGDALENA (AREA 5)	1999-83544	228114-2009
11	170335495	AZUL	MARISCAL FOSH N 285 AV. 6 DE DICIEMBRE	LA TOLA (AREA 3)	2007-186794	231821-2009
12	1233	BALNEARIO AGUA Y MONTAÑAS	VIA INTERVALLES (EL TINGO)	SANGOLQUI (AREA 15)	1999-84332	126605-2004
15	8782	BALNEARIO ILALO	LOS CHILLOS (ILALO) S/N	CONOCOTO (AREA 24)	2000-0	250378-2009
16	22077	BALNEARIO LA CASCADA	FLORES N4-147 Y CHILE	CENTRO HISTORICO (AREA 1)	2005-144420	243222-2009
17	47223	BALNEARIO LA ORQUIDEA	RESTAURACION S/N MARCHENA	CAYAMBE (AREA 12)	2009-233111	233111-2009
18	38335	BALNEARIO LA PAMPA	SAN GABRIEL DEL BABA	AUGUSTO EGAS (AREA 17)	2007-0	206256-2008
19	18339	BALNEARIO SAN LUIS	RUMILOMA (GUANGOPOLO)	CONOCOTO (AREA 24)	2003-123985	240115-2009
20	2177	BALNEARIO SAN RAFAEL	FARINA S/N Y ESPAÑOLA	SANGOLQUI (AREA 15)	1999-85094	206799-2008
21	2334	BALNEARIO USHIMANA	ALANGASI	CONOCOTO (AREA 24)	1999-85307	246684-2009
22	240400	BALNEARIO LA GRAN PIRAMIDE	RECINTO JULIO MORENO	AUGUSTO EGAS (AREA 17)	2007-17000352	213436-2008
24	43467	BAÑOS APRI	CUSUBAMBA OE4-317 Y APUELA	CHILLOGALLO (AREA 20)	2008-219262	246362-2009
25	647	BAÑOS CALIENTES	ESMERALDAS 227 Y LEON	LA TOLA (AREA 3)	1999-83763	252516-2009
30	51179	BAÑOS DE CAJON	SUCRE N152 GUAYAQUIL	CENTRO HISTORICO (AREA 1)	2009-247986	247986-2009
31	48355	BAÑOS DE CAJON FLOR DE LIS	PICHINCHA 209 Y LOJA (PUERTO QUITO)	PEDRO V. MALDONADO (AREA 11)	2009-238981	238981-2009
32	24231	BAÑOS DE CAJON NUEVO MILENIO	PASAJE 2 N21-05 Y CALLE 6 (CIUDADELA IBARRA)	CHILLOGALLO (AREA 20)	2006-153862	231603-2009

34	41764	BAÑOS DE FLORECIMIENTO EL CARIBE	AV. AMERICA N2-528 Y ATIANZA	LAS CASAS (AREA 2)	2008-212723	212723-2008
35	1672	BAÑOS OASIS	ULLOA 3315 Y REPUBLICA	LAS CASAS (AREA 2)	1999-84680	92424-2000
54	1586	BAÑOS SANTA RITA	CALLE GUANANDO 386 Y LA MANA	EL CARMEN (AREA 7)	1999-84599	116669-2003
55	7697	BAÑOS SAUNA ACAPULCO	MANGLAR ALTO 4257	LA MAGDALENA (AREA 5)	1999-0	88183-2000
56	1807	BAÑOS SAUNA LA CASCADA	MANUEL SAENZ Y ALEMAN	LA TOLA (AREA 3)	1999-84753	84753-1999
57	37104	BAÑOS SAUNA ORION	PARROQUIA ALLURIQUIN	AUGUSTO EGAS (AREA 17)	2008-2048	2048-2008
58	10150	BAÑOS SAUNA PRIMAVERA	BAYA 120 Y AV. 10 DE AGOSTO	LAS CASAS (AREA 2)	2000-93613	216494-2008
59	40701	BAÑOS TURCO PACIFICO	CALLE LUGO E13-228Y LERIDA LA FLORESTA	LA TOLA (AREA 3)	2008-206251	252902-2009
60	2452	BAÑOS TURCOS	MARIA DUCHICELA S9-115 Y QUITUS	LA MAGDALENA (AREA 5)	1999-85407	230826-2009
61	37065	BAÑOS TURCOS AMAZONAS	PARROQUIA ALLURIQUIN	AUGUSTO EGAS (AREA 17)	2008-2619	2619-2008
62	19352	BAÑOS TURCOS DAN	AV. 10 DE AGOSTO 25-80 Y COLON	LA TOLA (AREA 3)	2004-129048	248432-2009
63	17536	BAÑOS TURCOS RELAX	AV. AMERICA 31-202 Y MARIANA DE JESUS	LAS CASAS (AREA 2)	2003-121550	230249-2009
64	8035	BAÑOS TURCOS RUMIPAMBA	AV. ATAHUALPA 469 Y RUMIPAMABA	LAS CASAS (AREA 2)	2000-89288	89288-2000
65	7569	BAÑOS TURCOS SAMAY	ULLOA 705 Y ANDAGOYA	LAS CASAS (AREA 2)	2000-87957	87957-2000
67	44411	BETHANIA	PURUHA OE3-131 Y AUTACHI	LA MAGDALENA (AREA 5)	2008-222117	249258-2009
68	52508	BRAGAL ASOCIADOS	AV. ILALO S/N E INTERVALLES	CONOCOTO (AREA 24)	2009-251633	251633-2009
69	41028	BRISAS DEL BABA	SAN GABRIEL DEL BABA	AUGUSTO EGAS (AREA 17)	2008-208527	208527-2008
70	52136	CAFS	AMBATO N382 MURGUEYTIO	CENTRO HISTORICO (AREA 1)	2009-251857	251857-2009
71	42177	CENTRO DE REBITALIZADOR DE MACHACHI	PANAMERICANA SUR S/N MACHACHI	MACHACHI (AREA 16)	2008-214621	232883-2009
72	171636105	CENTRO DE TERAPIA Y BAÑOS DE CAJON LA PRIMAVERA	ANTONIO BARRIGA Y PANAMERICANA SUR	MACHACHI (AREA 16)	2007-186636	226884-2009
73	28875	CENTRO DEPORTIVO INTEGRAL LUCIO ROJAS & Y ASOCIADOS CIA. LTD	IÑAQUITO E2-32 Y UNION NACIONAL DE PERIODISTAS	LA TOLA (AREA 3)	2006-165129	165129-2006
74	23029	CENTRO SPA M.C	AGUSTIN FEBRES CORDERO 321 Y LA PAYA	LA LIBERTAD (AREA 6)	2005-146878	225319-2008
75	44974	CENTRO SPA M.C	AGUSTIN FEBRES CORDERO 321 Y LA PAYA	LA LIBERTAD (AREA 6)	2008-0	0-2008
76	49239	CIMENAL	CUSUBAMBA OE5-60 Y LORETO	CHILLOGALLO (AREA 20)	2009-241380	241380-2009
77	20674	CLINICA DE LA NATURALEZA BAÑOS DE VAPOR	SAN MIGUEL DE LOS BANCOS	PEDRO V. MALDONADO (AREA 11)	2004-134825	134825-2004

78	50105	CLUB NAVAL QUITO	LA MERCED - VIA A LA MERCED 960 Y CALLE B	CONOCOTO (AREA 24)	2009-244446	244446-2009
79	26094	COLEGIO GORETTY	POMASQUI	COTOCOLLAO (AREA 8)	2006-159234	214206-2008
80	7232	COMPAÑIA TERMAS DE LA MERCED SOCIEDAD ANONIMA	MIAMI N.18 Y BOULEVAR	CONOCOTO (AREA 24)	1999-87395	230877-2009
81	21088	COMPLEJO LA MAGDALENA	CALLE: CAÑARIS OE3-145 Y COLLAHUAZO	LA MAGDALENA (AREA 5)	2005-136373	247181-2009
82	19338	COMPLEJO ATAHUALPA	CALLE LAURO GUERRERO S10-178 Y BALLESTEROS	LA MAGDALENA (AREA 5)	2004-128721	242732-2009
83	18943	COMPLEJO GALA ROYAL	AV. NAPO 347 LOS ANDES	CHIMBACALLE (AREA 4)	2004-125567	241155-2009
84	9580	COMPLEJO HECTOR	EDUARDO NAULA OE4-35 Y MANUEL SERRANO	RUMIÑAHUI (AREA 10)	2000-92658	92658-2000
85	240215	COMPLEJO PRIMAVERA	SAN GABRIEL DEL BABA	AUGUSTO EGAS (AREA 17)	2007-17000173	206007-2008
86	45326	COMPLEJO RECREACIONAL DAYSI	URB. BILOXI CALLE C OE6-214 Y AV. MARISCAL SUCRE	LA MAGDALENA (AREA 5)	2008-223826	249331-2009
87	43177	COMPLEJO SINDICATO CHOFERES PROFESIONALES DE PICHINCHA	GEOVANNY CALLES S/N Y QUITUS (CALDERON)	CALDERON (AREA 21)	2008-218633	250171-2009
88	31561	COMPLEJO TURISTICO ECUADOR PRIMERO	VIA CALACALI LA INDEPENDENCIA KM. 54.5	NANEGALITO (AREA 18)	2006-166271	252477-2009
89	44266	COMPLEJO TURISTICO EL PALMAR	PARROQUIA CRUZ DE AMERICA	AUGUSTO EGAS (AREA 17)	2008-221851	221851-2008
90	49278	COMPLEJO TURISTICO EL QUINCHE	PICHINCHA Y TULCAN	YARUQUI (AREA 14)	2009-245255	245255-2009
91	171737035	COMPLEJO TURISTICO LA PLAYA	JULIO MORENO KM 2.5	AUGUSTO EGAS (AREA 17)	2007-1701385	0-2008
92	421	COMPLEJO TURISTICO MIRASIERRA	AV. ILALO S/N Y LOS PIQUEROS	CONOCOTO (AREA 24)	1999-83545	251577-2009
93	171736960	COMPLEJO TURISTICO VARADERO	VIA A LAS MERCEDES	AUGUSTO EGAS (AREA 17)	2007-1701384	219144-2008
94	104475	COMPLEJO TURISTICO YABELMI	VIA QUININDE KM 1	LOS ROSALES (AREA 22)	2007-22175709	206326-2008
95	41296	COMPLETO SATORI	ALMA LOJANA CALLE 1-M LOTE 4	LA TOLA (AREA 3)	2008-210347	210347-2008
96	20009	DESESTRES	SERAPIO JAPERABI S12-99 Y CAMACARO	LA MAGDALENA (AREA 5)	2004-132757	223762-2008
97	20598	DON JOHN Y MARY	NICOLAS AGUILERA LOTE 612 Y CALLE I	CHIMBACALLE (AREA 4)	2004-134631	144464-2005
98	23812	EL PACIFICO SPA	GONZALO CABEZAS 374 Y MICHELENA	LA MAGDALENA (AREA 5)	2006-150899	247007-2009
99	49126	EL PARAISO	PRICIPAL S/N Y SECUNDARIA (SAN JOSE DE MINAS)	CALDERON (AREA 21)	2009-241540	241540-2009
100	20379	EL ROSAL	VIA CALACALI LOS BANCOS KM 61	NANEGALITO (AREA 18)	2004-134018	253194-2009
101	241159	EL TREBOL	URB. BRISAS DEL COLORADO	AUGUSTO EGAS (AREA 17)	2007-17015423	1325-2008

102	10639	ESTRELLA DEL SUR	FRANCISCO CHIRIBOGA OE3-249 Y AMBROSIO ACOSTA	CHILLOGALLO (AREA 20)	2000-94326	254365-2010
103	25481	FUENTE DE VIDA SPA	VISCAYA E13-40 Y PONTEVEDRA	LA TOLA (AREA 3)	2006-158251	213238-2008
104	42484	FUENTES CRISTALINAS	CAMONO ANTI LOTE 777 (ALANGASI)	CONOCOTO (AREA 24)	2008-216682	234360-2009
105	52845	GENETUR S.A.	EL PISQUE	TABACUNDO (AREA 13)	2009-252229	252229-2009
106	3595	GIMNASIO,SAUNA Y TURCO FUERZA Y FIGURA	AV. MARISCAL SUCRE 2023 Y CARANQUI	LA MAGDALENA (AREA 5)	1999-86504	108331-2002
107	171437080	GRAN MARCELINO	ABDON CALDERON (TUMBACO)	YARUQUI (AREA 14)	2007-189417	227005-2009
108	30284	GRUPOS MEDICOS ZITROCOR S.A.	CALLE C OE7-103 Y CALLE A (URB. BILOXI)	LA MAGDALENA (AREA 5)	2006-164691	218753-2008
109	10794	INTI-RAYMI	TABACUNDO	TABACUNDO (AREA 13)	2000-94529	94529-2000
110	49663	ISEMAY	VIA LACTEA S/N	YARUQUI (AREA 14)	2009-243629	243629-2009
111	3423	JESUS DEL GRAN PODER	MONTUFAR 530 Y JUNIN	CENTRO HISTORICO (AREA 1)	1999-86285	143680-2005
112	9825	JINETES	YANEZ PINZON 351 Y LA NIÑA	LA TOLA (AREA 3)	2000-93154	93154-2000
113	16948	KAERSAM	NASACOTO PUENTO LOTE 13 ESQUINA COTOCOLLAO	RUMIÑAHUI (AREA 10)	2003-117341	236713-2009
114	33200	KAERSAM	CALLE IÑAQUITO Y JOAQUIN AUZ	LA TOLA (AREA 3)	2007-176478	236951-2009
115	44877	KE'SPA NEW LIFE	RAFAEL GARCIA S35-21 Y CALLE PRIMERA	CHILLOGALLO (AREA 20)	2008-222816	222816-2008
116	34854	LA CHORRERA	JUAN DE DIOS TIPAN S/N BARRIO ANGAMARCA	CONOCOTO (AREA 24)	2007-185130	241889-2009
117	40057	LA PRIMAVERA	PUYO Y CHIMBORAZO	AUGUSTO EGAS (AREA 17)	2007-22718816	217585-2008
118	3084	LA SALUD	LUCHA DE LOS POBRES MZ-AJ LT.111	EL CARMEN (AREA 7)	1999-86002	171530-2007
119	171737292	LAS VEGAS DEL TOACHI	BRISAS DEL TOACHI	AUGUSTO EGAS (AREA 17)	2007-17015648	17015648-2007
120	47030	LOS GIRASOLES	MICHELENA OE5-367 SARGENTO GRAU	LA MAGDALENA (AREA 5)	2009-231921	231921-2009
121	7165	LOS SAUCES	SINALIN S/N (SAN PEDRO DE TABOADA)	SANGOLQUI (AREA 15)	1999-87379	89787-2000
123	41635	MANANTIAL REY DE FRANCIA	RAFAEL GARCIA S33-239 Y RAMON CABRERA	CHILLOGALLO (AREA 20)	2008-212967	245418-2009
124	21830	MAPALI	BARRIO SAN PEDRO S/N	NANEGALITO (AREA 18)	2005-143137	238997-2009
125	3961	MIDEROS	MIDEROS 274 E IMBABURA	CENTRO HISTORICO (AREA 1)	1999-86817	96464-2001
126	19833	MIRALSUR	TURUBAMBA BAJO MZ 5 CALLE U Y MORO MORO	CHILLOGALLO (AREA 20)	2004-131963	131963-2004
127	3970	OASIS	ABDON CALDERON 322 Y CHIMBORAZO	CENTRO HISTORICO (AREA 1)	1999-86811	226082-2009
128	23973	OLIMPUS	COLOMBIA 472 Y SIMON BOLIVAR (MACHACHI)	MACHACHI (AREA 16)	2006-152147	176105-2007

129	10643	PALMA DEL RIO	AMBUQUI Y ALFREDO ESCUDERO	CHILLOGALLO (AREA 20)	2000-94325	200713-2008
130	45001	PISCINA CRISAMI	CALLE JAIME ROLDOS S/N Y WILSON (SAN MIGUEL DE LOS BANCOS)	PEDRO V. MALDONADO (AREA 11)	2008-223265	237155-2009
131	10725	PISCINA TESALIA	MACHACHI	MACHACHI (AREA 16)	2000-94438	94438-2000
133	240761	PISCINAS CADMO	COOP. CADMO ZAMBRANO Y PAPALLACTA	AUGUSTO EGAS (AREA 17)	2007-17000515	206745-2008
134	37088	PISCIS SPA	CDLA. IBARRA CALLE 7 OE- 5A 3930 Y CALLE C 40	CHILLOGALLO (AREA 20)	2008-2533	2533-2008
135	240304	QUINTA EL ARENAL	URB. BRASILIA DEL TOACHI	AUGUSTO EGAS (AREA 17)	2007-17000255	210100-2008
136	16994	QUINTA PARAISO	GONZALEZ SUAREZ E8-214 Y LA PAZ	CONOCOTO (AREA 24)	2003-117417	233266-2009
137	104610	RESERVA ECOLOGICA SANTA ROSA	VIA QUEVEDO KM 16	LOS ROSALES (AREA 22)	2007-22175834	207004-2008
138	22824	SALUD ARTE	AV. QUITO KM 2,6 (NAYON)	COMITE DEL PUEBLO (AREA 9)	2005-146532	156086-2006
139	27959	SALUD RELAX Y VIDA	CALLE NAZARETH 2135 Y AV. LA PRENSA COTOCOLLAO	COTOCOLLAO (AREA 8)	2006-161747	161747-2006
140	22888	SALUD Y FORTALEZA	CRESPO TORAL 480 Y RITA LECUMBERRY	LA TOLA (AREA 3)	2005-146636	146636-2005
142	2158	SAN LUIS	RICARDO VALDIVIEZO 275	CHIMBACALLE (AREA 4)	1999-85116	85116-1999
143	34899	SAN RAFAEL	ULPIANO BECERRA 120 Y PANAMERICANA NORTE (CALDERON)	CALDERON (AREA 21)	2007-185034	244779-2009
144	53514	SAN SEBASTIAN	VIA A CHIPAL S/N	PEDRO V. MALDONADO (AREA 11)	2009-252963	252963-2009
145	2202	SAUNA AMAZONAS	AMAZONAS N. 5191 E ISLA FLOREANA	LA TOLA (AREA 3)	1999-85169	89041-2000
146	16993	SAUNA AMAZONAS	AMAZONAS 4195 E ISLA FLOREANA	LA TOLA (AREA 3)	2003-117416	233172-2009
147	23599	SAUNA JUMANDI	JUMANDI OE2-262 Y JACINTO FLORES	LA MAGDALENA (AREA 5)	2006-149653	223076-2008
148	44481	SAUNA LA FORTALEZA	GALO MOLINA S10-390 Y AV. ALONSO DE ANGULO	LA MAGDALENA (AREA 5)	2008-222314	222314-2008
149	18238	SAUNA LA LUZ	DIOGENES PAREDES N 51-33 Y RAFAEL BUSTAMANTE	COMITE DEL PUEBLO (AREA 9)	2003-123773	248692-2009
150	22936	SERENIDAD	CARLOS MONTUFAR E13-361 Y EL MONITOR	LA TOLA (AREA 3)	2005-146753	146753-2005
152	44483	SPA NORMANDIA	S/N	LAS CASAS (AREA 2)	2008-222325	249336-2009
153	18907	SPA REFUGIO DE VIDA	AUTACHI DUCHICELA S9-306 (431) Y CONDORAZO	LA MAGDALENA (AREA 5)	2004-125390	226248-2009
154	34381	SPACO	AYAPAMBA CALLE B Y CALLE C LOTE 39	EL CARMEN (AREA 7)	2007-183054	183054-2007
155	41945	SWIMMING & DIVING	CARLOS BUSTAMENTE N57-143 MURIALDO	RUMIÑAHUI (AREA 10)	2008-213346	0-2009
156	23661	TERMAS AGUA MARINA	URB. SANTA ISABEL ANTIGUA VIA A CONOCOTO	CONOCOTO (AREA 24)	2006-149925	235055-2009
157	41693	TOTORA SPA	ANTONIO CHECA LOTE 1 Y GUARDERAS (SANGOLQUI)	SANGOLQUI (AREA 15)	2008-211870	226442-2009

158	46252	TRASDIAL S.A.	CALLE B N31-190 Y MARIANA DE JESUS	LAS CASAS (AREA 2)	2008-225103	0-2009
159	23097	UDYAT SPA	PARIS N-280 Y GRANADOS	LA TOLA (AREA 3)	2005-147047	230270-2009
160	43449	VIDA Y SALUD	PASAJE A OE1-192 Y AV. TENIENTE HUGO ORTIZ	GUAMANI (AREA 19)	2008-219597	219597-2008
161	41509	VILLA MAREI	SAN MIGUEL LOTE 03 (FAJARDO)	SANGOLQUI (AREA 15)	2008-211127	211127-2008
162	18326	VULCANO BAÑOS DE VAPOR EN CAJON	MANUEL AGUILAR N16-40 Y TEGUCIGALPA	CENTRO HISTORICO (AREA 1)	2003-123943	230598-2009
163	42841	ZEUS	AV. RIO ZAMORA Y RIO UPANO	AUGUSTO EGAS (AREA 17)	2008-219397	219397-2008

Fuente: Dirección Provincial de Salud Pública de Pichincha.

Elaborado por: María Augusta Semanate H.

ANEXO No.4
PRESUPUESTO OBRA CIVIL

COD.	RUBRO	UNI.	Cant.	C. Unitario	C. Total.
	Desinfectación y desratización				
	Retiros, derrocamientos, liberaciones y desalojos				
15	Sobre acarreo de escombros (MANTENIMIENTO)	M3	150,00	3,44	516,14
17	Desalojo de materiales - cargado manual (MANTENIMIENTO)	M3	80,00	9,79	782,99
665	Picado de contrapiso. Inc.: canales para instalaciones	M3	15,00	145,64	2.184,57
805	Transporte de materiales c-350	VIAJE	30,00	25,87	776,22
816	Picado de hormigón simple - contra pisos (MANTENIMIENTO)	M3	15,00	47,38	710,67
1064	Desalojo a máquina (cargadora y volqueta)	M3	100,00	5,37	537,01
	Apuntalamiento o entibamientos			0,00	
219	Apuntalamiento de estructura (pingos 10 cm)	M	700,00	1,61	1.124,42
666	Apuntalamiento muro	M	75,00	18,83	1.412,60
4243	Apuntalamiento de madera (15x15cm) de vanos (puertas, ventanas) en muro	M	15,00	6,98	104,65
	Replanteo y nivelación			0,00	
480	Limpieza y nivelación del terreno (pendiente >=12%)	M2	1350,00	1,53	2.062,20
	Excavaciones			0,00	
388	Excavación manual 3,01-4m de suelo natural (MANTENIMIENTO)	M3	1350,00	9,73	13.138,58
1487	Desbanque manual	M3	250,00	3,73	933,07
	Rellenos			0,00	
396	Relleno de arena (MANTENIMIENTO)	M3	75,00	13,59	1.019,29
730	Relleno con suelo natural compactado manualmente	M3	75,00	2,57	193,11
1569	Relleno y conformación de tierra abonada (jardinería)	M3	150,00	11,35	1.701,97
2617	Relleno granular compactado manualmente	M3	80,01	16,36	1.309,12
	Estructura			0,00	
	Reparaciones estructurales			0,00	
2458	Enlucido horizontal 1:3 + impermeabilizante	M2	854,00	5,36	4.579,32
	Reforzamiento con elementos metálicos			0,00	

209	Reforzamiento estructura metálica (ángulo / tee / platina) inc. Anticorrosi.	KG	4000,00	2,43	9.732,28
747	Punto de suelda	PTO	200,00	0,48	96,06
1290	Perforación en placa metálica d=12mm	U	30,00	0,50	15,12
1437	Cordón de suelda (MANTENIMIENTO)	DM	150,00	2,02	302,36
2787	Perno expansivo de anclaje 1/2*4"	U	180,00	3,42	615,12
3293	Sujeción con perno y taco f10	U	180,00	0,75	134,65
	Hormigones y aditivos			0,00	
361	H. Ciclopeo (cimentación)	M3	80,00	62,68	5.014,17
364	H. S. 210 kg/cm2	M3	150,00	86,76	13.013,39
365	H. S. 180 kg/cm2 (mantenimiento)	M3	120,00	85,95	10.314,33
2848	Aditivo adhesivo epox. Hormig. Nuevo a viejo sikadur 32 primer (mantenimiento)	KG	50,00	20,36	1.018,11
863	Aditivo ligante para hormigones y mortero tipo betoncrl 14	LT	50,00	6,83	341,34
1688	Aditivo acelerante para fraguado de hormigones	KG	50,00	1,74	87,01
	Acero estructural			0,00	
28	Acero de refuerzo	KG	3000,00	1,62	4.866,14
366	Malla electrosoldada 6:15	M2	250,00	4,89	1.222,44
2509	Malla electrosoldada 8:10	M2	250,00	15,48	3.870,08
3291	Placa de acero e= 4mm. Inc. Anticorrosivo	M2	10,00	97,35	973,46
	Cubiertas			0,00	
	Cubierta provisional			0,00	
3	Armado cubierta provisional (inc. Estructura y cubierta)	M2	24,00	4,29	102,99
24	Desarmado cubierta provisional	M2	24,00	1,75	41,95
	Otros cielos falsos			0,00	
466	Cielo raso gypsum incl. Estucado y pintura	M2	250,00	17,80	4.450,79
	Muros y tabiques			0,00	
	Mamposterías			0,00	
18	Picado y corchado en mampostería	M3	5,00	164,65	823,27
362	Mampostera de piedra	M3	10,00	49,52	495,20
378	Mampostera de ladrillo mambron	M2	200,00	9,48	1.896,06
2629	Moldura de cemento / arena 1:3 de 5 x 10 cm	M	100,00	6,52	651,97
	Enlucido de cemento			0,00	

424	Enlucido de fillos (esq. Chaflanada 1 cm) , mantenimiento	M	100,00	3,55	355,12
769	Media caña (MANTENIMIEMTO)	M	100,00	1,94	194,49
794	Enlucido vertical mortero 1:3 (MANTENIMIENTO)	M2	354,00	4,24	1.502,41
1014	Enlucido de fillos y fajas h= 0-8,00 m	M	100,00	3,70	370,08
1623	Enlucido de fillos y fajas h= 8,01-15,00 m	M	100,00	4,20	419,69
2205	Moldura semi-circular de cemento de 2 a 4 cm	M	25,00	5,35	133,86
	Vidrios y espejos			0,00	
1236	Vidrio claro de 4 mm	M2	80,00	10,25	820,16
	Pinturas			0,00	
	Pintura en paredes y cielos rasos			0,00	
4	Impermeabilización superficial previa aplic. Pintura	M2	854,00	1,32	1.129,70
122	Pintura esmalte en paredes h=0-4 m (MANTENIMIENTO)	M2	90,00	5,34	480,47
172	Pintura de caucho tipo permalatex h=0 a 6 m	M2	400,00	3,64	1.455,12
797	Pintura de caucho t. Permalatex prep. H=0 a 6 m (mantenimiento)	M2	250,00	4,02	1.005,91
1572	Pintura de caucho t. Permalatex prep. H=6,01 a 12 m	M2	100,00	4,20	419,69
3914	Pintura de caucho t. Permalatex perp. En cielo raso h=0-4 m	M2	500,00	3,49	1.744,09
	Muebles sanitarios			0,00	
	Piezas sanitarias			0,00	
532	Inodoro tanque bajo tipo savex o similar	U	6,00	75,23	451,37
	Grifería			0,00	
1255	Llave angular y tubo de abasto	U	12,00	9,58	114,99
	Accesorios			0,00	
1552	Sifón y desagüe 1 1/2" cromada	U	12,00	18,43	221,10
	Instalaciones Hidro sanitarias			0,00	
	Instalación sanitaria			0,00	
367	Caja de revisión 60*60*60 cm (ladrillo mambron) (MANTENIMIENTO)	U	1,00	28,77	28,77
369	Tubería pvc-d 110 mm	M	40,00	5,18	207,24
391	Limpieza de caja de revisión	U	6,00	2,98	17,91
392	Caja de revisión 80*80*80 cm (paredes de ladrillo mambron)	U	2,00	46,49	92,98
406	Tubería pvc-d 200 mm	M	40,00	16,56	662,36
407	Tubería pvc-d 75 mm (MANTENIMIENTO)	M	40,00	4,47	178,90

808	Codo pvc-d 110 mm x 90°	U	40,00	3,23	129,13
872	Rejilla cromada 50mm	U	10,00	2,78	27,80
903	Codo pvc-d 50 mm x 90°	U	30,00	1,33	39,92
1083	Caja de revisión h.s. 70*70 cm	M	1,00	56,17	56,17
1486	Reducción pvc-d 110 - 50 mm	U	30,00	2,93	87,87
2582	Reducción pvc-d 110 - 75 mm	U	30,00	2,87	86,22
3115	Caja de revisión 100*100*100 cm (inc tapa de h.a)	U	1,00	62,86	62,86
	Instalación de agua potable			0,00	
708	Llave de paso 1/2"	U	15,00	5,98	89,65
1280	Unión h3 1/2"	U	49,00	0,75	36,65
1281	Universal h3 1/2"	U	50,00	1,72	85,83
1404	Llave de paso 3/4"	U	15,00	7,43	111,38
1974	Instalación de agua 1/2"(picado y rearmado)	U	100,00	16,26	1.625,98
3784	Universal h.g. 1"	U	50,00	3,18	159,06
	Instalaciones eléctricas y telefónicas			0,00	
	Fuerza e iluminación			0,00	
450	Iluminación (tub. Emt 1/2 + cond cu + interruptor)	PTO	60,00	16,81	1.008,66
1831	Entaipado de instalaciones eléctricas	M	200,00	1,60	319,69
2443	Gabinete metálico para medidor 60x40x20 cm	U	2,00	26,17	52,33
2807	Abrazadera metálica 3/4"	U	5,00	1,83	9,17
2866	Manguera polietileno reforz. 1 1/2"(inst. Elect)	M	500,00	1,47	736,22
3610	Manguera polietileno negra 2"	M	500,00	1,79	893,70
4253	Abrazadera metálica 1"	U	1,00	1,93	1,93
	Tableros de distribución			0,00	
130	Tablero de distribución 2 a 4 pto	U	2,00	24,17	48,35
3195	Canaleta plástica 32*12	M	200,00	2,39	478,74
	TOTAL OBRA CIVIL				111.317,92

Elaborado por: Arquitecto Paul Cadena.

ANEXO No. 5



Equipos para piscinas, saunas, turcos, calentamiento a gas y solar. Fabricación de tinas, toboganes, mesones, etc.

Av. De la Prensa N58-182 y Vaca de Castro
Telefax 02:2536331 Cel. 099207155

Señorita María Augusta Semanate.

PROFORMA

Atendiendo su pedido y de acuerdo a sus necesidades, cotizamos lo siguiente:

1. EQUIPO PARA PISCINA

DESCRIPCIÓN	CANT.	PRECIO UNITARIO	PRECIO TOTAL
Bombas de 1 1/2 HP con trampa de cabellos incluida para una piscina de hasta 100 m ³ de capacidad, marca Pentair de procedencia americana	1		USD 290
Filtros de 22.5" americano, marca Pentair, incluye válvula selectora de 7 posiciones.	1		USD 295
Skimers o rebosaderos marca Astral de fabricación española.	1		USD 55
Toma de aspiración	1		USD 25
Drenajes de fondo de 2"	1		USD 26
Tubos de 1 1/2" americanos para contorno de la piscina y cuarto de máquinas. Ced. 40 ASTM	8	USD 25	USD 200
Válvulas de 1 1/2"	7	USD 15	USD 105
Materiales varios adicionales para la instalación de procedencia americana tales como codos, tees, adaptadores, acoples, pegas, sellantes, etc.			USD 200
Boquillas de retorno o inyectores	4	USD 8	USD 32
Aspiradora de 8 ruedas (cabeza de ..)	1		USD 25
Sacos de arena No. 1.5 especial y graba	4	USD 9	USD 36
Mango telescópico	1		USD 25
Test Kit para comprobar cloro y pH.	1		USD 8
Manguera de succión de 30 pies	1		USD 35
Cepillo de Nylon	1		USD 12
Mano de obra y dirección técnica para la instalación de los equipos	Glob.		USD 270
Subtotal equipos de filtración instalados			USD 1.637

Con la bomba que consta en esta proforma se pueden colocar 4 chorros interiormente en la piscina o desde el exterior con salidas de 1" y una presión de 10 PSI.

2. EQUIPO DE CALENTAMIENTO

DESCRIPCION	CANT.	PRECIO UNITARIO	PRECIO TOTAL
Climatizador a gas para piscina de tecnología y origen americano de 250.000 BTU/hora. Con tablero digital	1	USD 2.280	USD 2.280
Centralina construida en cobre para 5 tanques de gas doméstico o industrial, la misma que incluye, válvulas de paso para el gas, una válvula reguladora de presión para transporte a 10 PSI, manómetro y válvula a 0.5 PSI para el calentador a gas.	1	USD 390	USD 390
Materiales adicionales para la instalación del caldero y del sistema de gas en cobre	Glob.		USD 150
Mano de obra y dirección técnica			USD 150
VALOR TOTAL EQUIPO DE CALENTAMIENTO INSTALADO			USD 2.970.00

NOTA: En cuanto al calentamiento está considerado también para un volumen de 75 m³, en caso de ser una piscina de menor tamaño, el sistema de calentamiento puede variar y consecuentemente los costos

3. ADICIONALES PARA LA PISCINA

Cobertor para la piscina marca cantar de fabricación americano de 5 x 10 m.	1		USD 225
Escalera de 3 peldaños de acero inoxidable importada	1		USD 195
Faros marca Astral de 300 Wats. Con nicho	2	USD 85	USD 170
Transformadores de 220 a 12V.	2	USD 75	USD 150
Cajas de conexión en bronce o PVC Astral	2	USD 18	USD 36
VALOR TOTAL DE ADICIONALES			USD 776.00

4. EQUIPO DE HIDROMASAJE PARA 8 A 10 PERSONAS

Tina octogonal en fibra de vidrio. Medidas 2.20 de diámetro x 0,84 de profundidad	1		USD 650
Bomba de 2 HP de fuerza para hidromasaje de 8 hidrojets modelo Piraña de fabricación americana	1		USD 298
Hidrojets Hayward de 1 ½" x 1 ½"	8	USD 19	USD 152
Toma de succión de 2"	2	USD 20	USD 40
Rollo de manguera termoplástica de 1 ½"	1		USD 85
Desague con desborde (Pulsador push)	1		USD 20
Materiales necesarios para la instalación del hidromasaje y sistema de calentamiento.	Glob.		USD 200
Mano de obra para la instalación	Glob.		USD 150
VALOR TOTAL HIDROMASAJE INSTALADO			USD 1.595

5. BAÑOS SAUNA Y TURCO

DESCRIPCION	Cant	PRECIO TOTAL
a) Sauna. Equipo generador de calor eléctrico 9KW, el mismo que será de funcionamiento totalmente automático, con regulador de temperatura, contactor y luz piloto. Incluye caja de tol galvanizado con revestimiento en acero inoxidable y resistencias americanas marca CrómaloX. Incluye gabinete de acero inoxidable, materiales y mano de obra	1	USD 450
b) Minicaldero generador de vapor a gas de 150.000 BTU de capacidad para calentar una cabina de turco y 4 baños de cajón individuales, el equipo dispone ES un sistema de control de nivel de agua marca Mc Donald de fabricación americana y un sistema automático de control de presión de vapor para utilizarlo de forma simultánea e independiente en las diferentes cabinas. El equipo además dispondrá de encendido y apagado remoto. Incluye materiales adicionales y mano de obra para su instalación.	1	USD 1.550

6. **PANELADO DE SAUNA DE 2 X 2 X 2.30 (CABINA DE MADERA) Y CONSTRUCCIÓN DE CUBÍCULOS PARA BAÑOS DE CAJÓN.**

DESCRIPCION	CANT.	PRECIO TOTAL
Construida con madera de pino secada al horno y tratada. Capacidad para 8 a 10 personas. Incluye de 2 gradas en L, rejilla para el piso, puerta en pino, lámpara interior, corral protector para el equipo, pulida y lacada interior. Todas las paredes irán con el respectivo aislamiento térmico. Valor 50/ m2	26,4	USD 1.320
Cubículos de 1 m x 1 m. x 1.10 m. para baños de cajón contruidos en madera de pino con puerta frontal y tapa con orificio superior de diámetro de 30 cm. aprox.	4	1.040,00
Materiales para la instalación de acometidas de vapor para los baños de cajón tales como tubos de cobre, válvulas de paso accesorios, sueldas, etc.	Glob.	360,00

Condiciones Generales:

GARANTÍA.- Un año calendario, en caso de producirse algún inconveniente debido a falla de los materiales, defectos de fabricación en los equipos o en el montaje del sistema.

Tiempo de entrega funcionando: 15 días calendario y conforme avance la obra civil.

Forma de Pago: A convenir.

LOS PRECIOS NO INCLUYEN IVA

Atentamente,

Luis Fernando Gallardo P.

GERENTE HIDROMAXI

ANEXO No. 6

Mario Oswaldo Cadena Alvear

Carpintería de Muebles Metálicos

Dirección: Autopista General Rumiñahui lote 379 y Armenia
Telf. 2072876 Celular: 09-9460381
Quito - Ecuador

PROFORMA

NOMBRE: *Señorita María Augusta Semanate.*

DIRECCIÓN: *Quitumbe*

FORMA DE PAGO: *A convenir*

FECHA: *1 julio 2010*

MOBILIARIO REQUERIDO

<u>Cantidad</u>	<u>Mobiliario y Equipos</u>	<u>Costo Unitario</u>	<u>Costo Total</u>
1	Counter para la recepción	450,00	450,00
1	Juego de sala para 7 personas	730,00	730,00
2	Estaciones de Trabajo (Administrador-Contador)	240,00	480,00
1	Mesa para reuniones para 6 personas	193,00	193,00
1	Pizarra Liquida	64,99	64,99
1	Archivador mediano	95,00	95,00
1	Mobiliario para el médico	180,00	180,00
1	Estación de trabajo para 2 personas	280,00	280,00
4	Taburetes giratorios	40,17	160,68
3	Estantería	120,00	360,00
4	Camillas para masajes	247,41	989,64
1	Mobiliario para 4 personas	230,00	230,00
2	Taburete giratorio	40,17	80,34
1	Estantería	120,00	120,00
1	Counter	260,00	260,00
4	Juegos de mesas con 4 sillas	65,00	260,00
TOTAL		\$ 3.355,74	\$ 4.933,65

TIEMPO DE ENTREGA FUNCIONANDO: 15 DÍAS CALENDARIO.
LOS PRECIOS INCLUYEN IVA

ANEXO No.7

COSTO PROMEDIO POR SESIÓN

Requerimiento de productos para el servicio de Medicina Alternativa

Insumos Materia Prima	Medida	Cantidad requerida	Costo Unitario	Costo Total	Rendimiento (número de sesiones)	Costo Promedio por Sesión
Acupuntura						
Agujas	Unidad	6	0,80	4,80	1	4,80
Alcohol	Unidad (500ml)	1	1,90	1,90	50	0,04
Jeringuillas	Unidad	1	1,00	1,00	1	1,00
Costo Promedio MP						5,84

Fuente: Investigación de Mercados.

Elaborado por: María Augusta Semanate H.

Requerimiento de productos para el servicio de Terapias Médicas Alternativas (Hidroterapia)

Insumos Materia Prima	Medida	Cantidad requerida	Costo Unitario	Rendimiento (número de sesiones)	Costo Promedio por Sesión
Hidroterapia					
Sales de baño	Frasco	1	4,20	15	0,28
Flores secas	Caja	1	4,80	8	0,60
Esencias Aromáticas	Frasco	1	4,75	20	0,24
Costo Promedio MP					1,12

Fuente: Investigación de Mercados.

Elaborado por: María Augusta Semanate H.

Requerimiento de productos para el servicio de Terapias Médicas Alternativas (Masajes Terapéuticos)

Insumos Materia Prima	Medida	Cantidad requerida	Costo Unitario	Rendimiento (número de sesiones)	Costo Promedio por Sesión
Masajes Terapéuticos					
Gel con mineral terapéutico	Unidad (500gr)	1	7,75	15	0,52
Gel para piernas y pies cansados	Unidad (500gr)	1	11,51	15	0,77
Gel helado para masajes	Unidad (500gr)	1	4,65	15	0,31
Aceites Corporales	Unidad (1000ml)	1	24,39	26	0,94
Costo Promedio MP					2,53

Fuente: Investigación de Mercados.

Elaborado por: María Augusta Semanate H.

**Requerimiento de productos para el servicio de
Terapias Médicas Alternativas (Reflexología)**

Insumos Materia Prima	Medida	Cantidad requerida	Costo Unitario	Rendimiento (número de sesiones)	Costo Promedio por Sesión
Reflexología					
Aceites Corporales	Unidad (1000ml)	1	24,39	26	0,94
Costo Promedio MP					0,94

Fuente: Investigación de Mercados.

Elaborado por: María Augusta Semanate H.

**Requerimiento de productos para el servicio de
Terapias Médicas Alternativas (Aromaterapia- Cromoterapia)**

Insumos Materia Prima	Medida	Cantidad requerida	Costo Unitario	Rendimiento (mes)	Costo Promedio por Sesión
Aromaterapia- Cromoterapia					
Esencias Relajantes	Unidad (frasco)	1	5,14	3	1,71
Esencias de Flores	Unidad (frasco)	1	4,75	3	1,58
Inciensos	Unidad (caja)	1	1,00	3	0,33
Velas de Colores Pequeñas	Unidad	1	6,25	3	2,08
Velas de Colores Grandes	Unidad	1	2,79	3	0,93
Costo Promedio MP					6,64

Fuente: Investigación de Mercados.

Elaborado por: María Augusta Semanate H.

Requerimiento de productos para el servicio de Tratamientos Estéticos

Insumos Materia Prima	Medida	Cantidad requerida	Costo Unitario	Rendimiento (número de sesiones)	Costo Promedio por Sesión
Tratamientos Faciales					
Emulsión Limpiadora	Unidad (Litro)	1	25,65	24	1,07
Mascarilla Facial Varias	Unidad (250gr)	1	6,29	12	0,52
Crema Exfoliante	Unidad (283gr)	1	16,50	20	0,83
Crema Hidratante	Unidad (250gr)	1	25,00	20	1,25
Crema Nutritiva	Unidad (250gr)	1	29,00	20	1,45
Crema Antiarrugas	Unidad (250gr)	1	32,00	20	1,60
Crema anti solar	Unidad (250gr)	1	18,00	20	0,90
Chocolate procesado	Unidad	1	4,75	5	0,95
Pepinillos	Unidad	1	0,10	1	0,10
Frutas varias	Libra	1	1,50	10	0,15
Costo Promedio MP					8,82

Fuente: Investigación de Mercados.

Elaborado por: María Augusta Semanate H.

**Requerimiento de productos para el servicio de Tratamientos Estéticos
(Tratamientos Corporales)**

Insumos Materia Prima	Medida	Cantidad requerida	Costo Unitario	Rendimiento (número de sesiones)	Costo Promedio por Sesión
Tratamientos Corporales					
Crema Corporal Aloe	Unidad (283gr)	2	10,27	10	1,0
Gel Anti celulítico Reafirmante y Reductor	Unidad (500gr)	2	15,65	12	1,3
Crema Restauradora de piel	Unidad (500gr)	2	12,35	12	1,0
Exfoliantes Varios	Unidad (500gr)	3	6,17	8	0,8
Loción Tónica	Unidad(1000ml)	1	22,00	25	0,9
Chocolate procesado	Unidad	5	4,75	5	1,0
Frutas varias	Libra	5	1,5	3	0,5
Costo Promedio MP					6,5

Fuente: Investigación de Mercados.

Elaborado por: María Augusta Semanate H.

**Requerimiento de productos para el servicio de Tratamientos Estéticos
(Depilación)**

Insumos Materia Prima	Medida	Cantidad requerida	Costo Unitario	Rendimiento (número de sesiones)	Costo Promedio por Sesión
Depilación					
Cera Depilatoria	Unidad (400gr)	1	29,27	20	1,5
Costo Promedio MP					1,5

Fuente: Investigación de Mercados.

Elaborado por: María Augusta Semanate H.

**Requerimiento de productos para el servicio de Tratamientos Estéticos
(Manicure – Pedicure)**

Insumos Materia Prima	Medida	Cantidad requerida	Costo Unitario	Rendimiento (número de sesiones)	Costo Promedio por Sesión
Manicure - Pedicure					
Esmalte de uñas	Unidad	10	1,90	12	0,16
Brillo de uñas	Unidad	5	1,90	12	0,16
Endurecedor de uñas	Unidad	5	2,00	12	0,17
Crema de manos	Litro	1	5,77	25	0,23
Cremas exfoliantes para manos y pies	Litro	1	4,73	25	0,19
Removedor de cutícula	Litro	1	1,68	50	0,03
Quita Esmalte	Unidad (500ml)	1	3,14	50	0,06
Costo Promedio MP					1,00

Fuente: Investigación de Mercados.

Elaborado por: María Augusta Semanate H.