



CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

MODALIDAD DE ESTUDIOS A DISTANCIA

TEMA:

**“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA
LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE
SERVICIOS DE SPA ESPECIALIZADO
PARA LA CIUDAD DE CUENCA,
PROVINCIA DEL AZUAY”**

Tesis previa a la
obtención del Título de
Ingeniera Comercial

Autora:

Sonia Marcela Montero Tacuri.

Director:

Ing. Com. Jackson Valverde Jaramillo.

Loja - Ecuador

2013



Loja, 6 de Noviembre de 2012

CERTIFICACIÓN

Ing. Com. Jackson Valverde Jaramillo DOCENTE DE LA CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS DE LA MODALIDAD DE ESTUDIOS A DISTANCIA DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA

C E R T I F I C A:

Que la tesis titulada **“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE SERVICIOS DE SPA ESPECIALIZADO PARA LA CIUDAD DE CUENCA, PROVINCIA DEL AZUAY”**, elaborada por la aspirante, **SONIA MARCELA MONTERO TACURI** luego de verificar que cumple con las Normas Generales para la Graduación en la Universidad Nacional de Loja, autorizo su presentación para que las aspirantes pueda continuar con los trámites de rigor como requisito previo para obtener el grado de Ingeniero Comercial.

Ing. Com. Jackson Valverde Jaramillo

DIRECTOR DE TESIS

AUTORÍA

El contenido del presente trabajo, sus conceptos, ideas, opiniones, procedimientos de investigación, resultados, conclusiones y recomendaciones, son de exclusiva responsabilidad de su autora.

Sonia Marcela Montero Tacuri

Autora

AGRADECIMIENTO

Mis más sinceros agradecimientos a la Universidad Nacional de Loja, a la Modalidad de Estudios a Distancia, a cada uno de los docentes de la Carrera de Administración de Empresas, porque con sus conocimientos y orientación me ayudaron a culminar mis estudios académicos.

Así mismo un fraterno agradecimiento al Ing. Jackson Valverde, quién como director de tesis siempre estuvo en permanente disposición brindándome su ayuda y orientándome para desarrollar el presente trabajo investigativo.

LA AUTORA

DEDICATORIA

En la vida siempre hay alguien quien nos motiva a salir adelante por eso este trabajo investigativo y todos mis años de estudio se los dedico a mí amada hija Gaby, quién fue y será siempre mi mayor fuente de inspiración, además les dedico a mis queridos padres y hermanos que siempre me han apoyado en las buenas y en las malas.

Sonia Montero

TÍTULO

a) TÍTULO

**" PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA
CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE SERVICIOS
DE SPA ESPECIALIZADO PARA LA CIUDAD
DE CUENCA, PROVINCIA DEL AZUAY "**

RESUMEN

b) RESUMEN

CASTELLANO

Este proyecto tiene como finalidad elaborar un estudio de factibilidad para la creación de una empresa de servicios de SPA para la ciudad de Cuenca, provincia del Azuay, investigación que fue aplicada a la población económicamente activa de la ciudad de Cuenca que son de 235.739 personas, por lo que se debió realizar una encuesta y se obtuvo una muestra de la misma dando como resultado 399 encuestas por aplicar, además se realizaron 12 entrevistas a los distintos oferentes de servicios de Spa.

La metodología utilizada en este proyecto de tesis fue el método descriptivo, analítico, científico y las técnicas de encuesta y entrevista.

Los resultados que se obtuvieron en el estudio de mercado fueron: demanda potencial 89,72% equivalente (211.505 personas), demanda real 84,92% equivalente (179.610), demanda efectiva anual 4.310.640 servicios, oferta anual 65.808 servicios, demanda insatisfecha anual 4.244.832, en el estudio técnico se determinó que al trabajar al 100% de la capacidad instalada se podrá ofrecer hasta 50.680 servicios al año, pero para el 1er año se utilizará solo el 80% de la capacidad instalada, por consiguiente se podrá ofrecer hasta 40.544 servicios.

En lo que respecta al estudio financiero se determinó que se necesitará para invertir en activos fijos \$10.568,49, en activos diferidos \$ 954,45 y para un mes de operación se necesitará \$ 9.835,59 en activos circulantes, dándonos un total de inversión de \$ 21.376,53; además se obtuvo el precio de venta de cada servicio dándonos un valor de \$ 3,76 para el primer año, que multiplicado por los servicios que se podrán ofrecer al año (40.544), nos da un total de ingresos de \$ 152.445,44, en el estado de pérdidas y ganancias en el primer año se obtendrá una utilidad líquida de \$ 20.185,02; en el punto de equilibrio se origina en las ventas a los \$ 69.959,07 y en una capacidad instalada de 46,09%.

En la evaluación financiera, el resultado del VAN dio como resultado 76.544,60, el resultado del TIR fue 95,81%, la RBC fue de 1,30, la Recuperación de capital será en 1 año y 22 días y por último el análisis de sensibilidad que dio como resultado 0,996328 aumentando el 20,40% en los costos y en una disminución del 15,70% en los ingresos obteniendo una sensibilidad del 0,9995913.

Mediante los resultados obtenidos se ha podido determinar que existe demanda insatisfecha de los servicios de Spa, en la ciudad de Cuenca y además se concluyó que este proyecto es cien por ciento factible realizarlo.

INGLÉS

This project aims to develop a feasible study for setting up a SPA services company for the city of Cuenca, Azuay, study that was applied to the economically active population of Cuenca which has 235,739 people. These people had a survey and a sample of the same was obtained, resulting in 399 surveys applied. Additionally, 12 interviews were conducted with the various providers of spa services.

The methodology used in this thesis project was descriptive method, analytical, scientific and survey and interview techniques.

The results obtained in the market study were: 89.72% equivalent potential demand (211,505 people), real demand equivalent 84.92% (179,610) 4,310,640 annual effective demand services, 65,808 annual supply services, unmet demand 4,244,832 annually, the study found that the technical work 100% of the installed capacity will be offered to 50,680 services a year, but for the 1st year it will be used only 80% of the installed capacity, it may therefore provide services to 40,544 people.

With respect to financial study, it was found that it will be necessary to invest in fixed assets \$ 10,568.49, in deferred assets \$ 954.45 and for a month of operation it will require \$ 9,835.59 in assets, giving us a total investment of \$ 21,376.53. Besides, the sales price of each service was also obtained, giving

us a value of \$ 3.76 for the first year, multiplied by the services they can offer per year (40,544), giving a total income of \$ 152,445.44, in the state of income in the first year it will result in an income of \$ 20,185.02, the balance point originated in sales will be \$ 69,959.07 and with an installment capacity of 46.09%.

With respect to the financial evaluation, the result of NPV was 76,544.60, the result of IRR was 95.81%, the RBC was 1.30. Therefore, the capital recovery will be obtained in 1 year and 22 days and finally, the analysis sensitivity resulting in increasing will be 0.996328 20.40% in costs and a decrease of 15.70% in revenue with a sensitivity of 0.9995913.

By the results, it has been determined that there is unmet demand for spa services in the city of Cuenca and it was concluded that this project is feasible to be done one hundred percent.

INTRODUCCIÓN

c)INTRODUCCIÓN

Las pequeñas y medianas empresas (PYMES), contribuyen al desarrollo del país, porque son fuentes generadoras de empleo, por lo tanto debemos ser más emprendedores e invertir en estas, claro que en primer lugar será necesario realizar un proyecto de inversión, para ver el grado de factibilidad y no generar pérdidas económicas para la empresa.

En nuestro país y sobre todo en la ciudad de Cuenca se evidencia un crecimiento importante, en materia empresarial, pero, muy pocas personas invierten su capital en empresas de servicios, despreocupando de gran manera a este significativo sector económico.

Hoy en día vivimos en un mundo acelerado, el mismo que se ha generado por el desarrollo tecnológico, cultural y social, que por una parte nos ha ayudado en nuestro desarrollo y por otra nos ha volcado a un mundo de consumismo, por tratar de satisfacer nuestras necesidades, siendo esto la mayor causa de que se genere el estrés en todas las personas de los diferentes estratos sociales, lo que ha ocasionado en las mismas una sobrecarga de tensión que repercute en el organismo, provocando la aparición de enfermedades y anomalías patológicas que impiden el normal desarrollo y funcionamiento del cuerpo humano, cabe indicar que esta enfermedad lo padecen más la población económicamente activa, que al pasar por lo general 8 horas diarias en actividades de trabajo, no tienen la posibilidad de aliviar este padecimiento (estrés), que hoy por hoy es una de

las enfermedades más comunes en esta población, ahí el deber de contribuir con el desarrollo empresarial y productivo de nuestra sociedad.

Por ello se debe indicar que la falta de inversión en la creación de empresas de servicios de SPA, no permiten satisfacer las necesidades de los habitantes de la ciudad de Cuenca.

Al existir oportunidades de emprendimiento para nuevos negocios en la ciudad de Cuenca, he visto necesario invertir en una empresa de servicios para poder satisfacer estas necesidades y aplacar los síntomas de estrés que padecen los habitantes de la misma, contribuyendo de esta forma al desarrollo de esta ciudad y del país.

Por lo tanto al ver la falta de inversión en empresas de servicios de Spa, he considerado elaborar este proyecto de tesis para implementar una nueva empresa y además por ser un requerimiento de la Universidad Nacional de Loja, para obtener el título de Ingeniera Comercial.

Para realizar este proyecto de factibilidad se debió cumplir con los siguientes objetivos:

- Realizar un estudio de mercado para determinar la demanda y oferta del servicio de Spa.
- Elaborar un estudio técnico para crear la nueva empresa de Spa en la ciudad de Cuenca, para determinar el tamaño el proyecto en cuanto a la capacidad instalada y utilizada y además su localización.
- Realizar un estudio organizacional de la empresa, para determinar el tipo de organización, su razón social y su estructura orgánica funcional.

- Estructurar el análisis financiero, con el fin de conocer la inversión necesaria y mediante la evaluación económica financiera comprobar la factibilidad de este proyecto.

Este trabajo investigativo contribuirá con información necesaria para nuestros queridos lectores y para estudiantes que cursen la carrera de Administración de empresas, ya que es una fuente totalmente fidedigna.

**REVISIÓN
DE
LITERATURA**

d) REVISIÓN DE LITERATURA

MARCO REFERENCIAL

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



Según la Real Academia Española de la Lengua, el término Spa es en su origen un topónimo, el de un centro termal situado en la provincia de Lieja (Bélgica), famoso por las propiedades curativas de sus aguas termales

desde la época romana y que era el sitio de recreo de las oligarquías aristocráticas y de la alta burguesía antes de la Primera Guerra Mundial. A partir del siglo XVII —como documenta el Oxford English Dictionary-- se generaliza como nombre común para fuente termal o establecimiento balneario en inglés, spa, y de ahí se extiende a otras lenguas. Su uso en español es muy reciente, a veces con mayúscula inicial, y otras veces todo en mayúscula SPA, que algunos explican como un acrónimo (**salutem per aquam**). No hay motivo para emplear la mayúscula, si se ha lexicalizado como nombre común, spa.

En la actualidad, dicese de todos aquellos establecimientos de ocio y salud, donde se utilizan terapias con agua, en las modalidades de piscinas, jacuzzis, hidromasajes, chorros y sauna sin que usen aguas medicinales, en cuyo caso se trataría de un balneario. El concepto con el tiempo se ha ampliado a otras técnicas como aroma terapia y Reiki.

También se conoce como Spa a una piscina con agua caliente con diferentes boquillas para hidromasaje, con sistema de iluminación para cromoterapia y algunas incorporan un sistema de inducción de fragancias para proveer aroma terapia en el agua. La diferencia principal entre un spa y un balneario o terma, es que en los primeros el agua es común, mientras en los últimos el agua tiene propiedades minero-medicinales.¹

¹ [es.wikipedia.org/wiki/spa_\(salud\)](https://es.wikipedia.org/wiki/spa_(salud))

MARCO CONCEPTUAL

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD

CONCEPTO

“El estudio de factibilidad es el análisis de una empresa para determinar si el negocio que se propone será bueno o malo, y en qué condiciones se debe desarrollar para que sea exitoso.

OBJETIVO

- Saber si podemos producir algo.
- Conocer si la gente lo comprará.
- Saber si lo podremos vender.
- Definir si tendremos ganancias o pérdidas.
- Decidir si lo hacemos o buscamos otro negocio.
- Hacer un plan de producción y comercialización.
- Aprovechar al máximo los recursos propios.
- Aprovechar las oportunidades de financiamiento, asesoría y mercado.
- Iniciar un negocio con el máximo de seguridad y el mínimo de riesgos posibles.”²

“El estudio de factibilidad debe orientarse hacia el examen detallado y preciso de la alternativa que se ha considerado viable en la etapa de

² BACA; Urbina Gabriel.2001. Evaluación de Proyectos. Mc Graw Hill. 4ta Edición pág.7

prefactibilidad. Además, debe afinar todos aquellos aspectos y variables que puedan mejorar el proyecto, de acuerdo con sus objetivos, sean sociales o de rentabilidad.

Una vez que el proyecto ha sido caracterizado y definido deben ser optimizados. Por optimización se entiende la inclusión de todos los aspectos relacionados con la obra física, el programa de desembolsos de inversión, la organización por crear, puesta en marcha y operación del proyecto. El análisis de la organización por crear para la implementación del proyecto debe considerar el tamaño de la obra física, la capacidad empresarial y financiera del inversionista, el nivel técnico y administrativo que su operación requiere, las fuentes y los plazos para el financiamiento. El informe de factibilidad es la culminación de la formulación de un proyecto, y constituye la base de la decisión respecto de su ejecución.

PASOS PARA REALIZAR UN PROYECTO DE FACTIBILIDAD

- Estudio de Mercado
- Estudio Técnico
- Estudio Administrativo
- Estudio Financiero
- Evaluación Económica Financiera”³

³ BACA; Urbina Gabriel.2001. Evaluación de Proyectos. Mc Graw Hill. 4ta Edición pág. 15

ESTUDIO DE MERCADO

Concepto

“El estudio de mercado se puede definir como la función que vincula a los consumidores con el encargado de estudiar el mercado a través de la información, la cual se utiliza para identificar y definir tanto las oportunidades como las amenazas del entorno; para generar y evaluar las medidas de mercadeo así como para mejorar la comprensión del proceso del mismo. Este, por su carácter preliminar, constituye un sondeo de mercado, antes de incurrir en costos innecesarios.

Objetivos

- Definir claramente la demanda
- Conocer la oferta actual y potencial.
- Establecer qué podemos vender.
- Saber a quién podemos venderlo.
- Conocer cómo podemos venderlo.
- Conocer los gustos y preferencias de nuestros clientes.
- Conocer la competencia y contrarrestar sus efectos.
- Evaluar resultados de estrategias de comercialización.
- Conocer los precios a los que se venden los servicios.”⁴

⁴ PEUMANS, Herman. Valoración de Proyectos de Inversión. Ediciones Deusto Bilbao pág. 12

“El estudio del mercado no sólo sirve para determinar la demanda, la oferta, los precios y los medios de publicidad, sino también es la base preliminar para los análisis técnicos, financieros y económicos de un proyecto.

Los resultados del estudio de mercado deben dar como producto proyecciones realizadas sobre datos confiables para:

- Asegurar que los futuros inversionistas estén dispuestos a apoyar el proyecto, con base en la existencia de un mercado potencial que hará factible la venta de la producción de la planta planeada y obtener así un flujo de ingresos que les permitirá recuperar la inversión y obtener beneficios.
- Poder seleccionar el proceso y las condiciones de operación, establecer la capacidad de la planta industrial y diseñar o adquirir los equipos más apropiados para cada caso.
- Contar con datos necesarios para efectuar estimaciones económicas.

Uno de los factores más críticos en el estudio de proyecto es la determinación de su mercado, tanto por el hecho de que se define la cuantía de su demanda e ingresos de operación, como por los costos e inversiones implícitos.

Metodológicamente, los aspectos que se deben estudiar en el Estudio de Mercado son:

- El consumidor del mercado y del proyecto, actuales y proyectados.

- La tasa de demanda del mercado y del proyecto, actuales y proyectadas.
- La competencia y las ofertas del mercado y del proyecto, actuales y proyectadas.
- El producto del mercado y del proyecto, actuales y proyectadas.
- Comercialización del producto del proyecto.”⁵

“El Consumidor

El análisis del consumidor tiene por objeto caracterizar a los consumidores actuales y potenciales, identificando sus preferencias, hábitos de consumo, motivaciones, entre otros, de manera tal de obtener un perfil sobre el cual puede basarse la estrategia comercial.

La Demanda:

La demanda es la cuantificación de la necesidad real o psicológica de una población de compradores, con poder adquisitivo suficiente para obtener un determinado producto que satisfaga dicha necesidad. Es la cantidad de productos que el consumidor estaría dispuesto a comprar o usar a un precio determinado. Debe ser cuantificada en unidades físicas. La demanda se tiene que estudiar de la siguiente forma:

Distribución y tipología de los consumidores: En el proyecto se tiene que señalar las características de los clientes que demandan y/o demandarán

⁵ PEUMANS, Herman. Valoración de Proyectos de Inversión. Ediciones Deusto Bilbao pág. 13-14.

(comprarán) el producto (edad, sexo, cantidad, ubicación geográfica, nivel de instrucción, status social, etc.).

Comportamiento actual: Se tiene que identificar a los demandantes del producto, cuántas unidades de productos están en capacidad de adquirir y señalar la frecuencia de compra: anual, mensual o diaria. Indicar la posibilidad de exportación del producto.

Fracción de la demanda que atenderá el proyecto: Indicar la demanda estimada a cubrir por el proyecto y justificar el mercado a abarcar.

Factores que condicionan la demanda futura: Señala y explica los factores que condicionan el consumo de los productos contemplados en el proyecto. (Ejemplo: precio, calidad, importaciones, políticas económicas, durabilidad, presentación, poder adquisitivo de la población, etc.).”⁶

“La Oferta

La oferta es la cantidad de un producto que por fabricación nacional e importación llega al mercado, de acuerdo con los precios vigentes. En los proyectos de inversión se tiene que indicar con quien se va a competir, cuál es la capacidad de producción, a qué precio venden, en base a qué compiten (condiciones de pago, calidad, precios, otros). La oferta se tiene que estudiar de la siguiente forma:

⁶ PEUMANS, Herman. Valoración de Proyectos de Inversión. Ediciones Deusto Bilbao pág. 15-16

Distribución y tipología de los oferentes: Señala dónde se encuentran localizados, las principales características de la competencia, indicando mecanismos que se utilizan para lograr la satisfacción del cliente, productos que ofrecen, cantidad de productos que venden anual, mensual o diariamente, mercado que abarcan, precios que ofertan.

Comportamiento actual: Indica los factores que influyen en el comportamiento de la oferta, por ejemplo: si es estacional, políticas de venta de la competencia, etc.

Importaciones: Considera los volúmenes y características de las importaciones y su impacto en la oferta.

Factores que condicionan la oferta futura: Menciona los factores que limitan o favorecen el aumento o disminución de la oferta en el mercado.”⁷

“El Producto

Para poder llevar a cabo el estudio del producto en un proyecto de inversión se tiene que llevar a cabo los siguientes pasos:

Identificación (es) del producto (s): Se realiza mediante una descripción exacta de las características de los bienes y servicios, indicando nombres de los mismos y los fines a los que se destina(n).

⁷ PEUMANS, Herman. Valoración de Proyectos de Inversión. Ediciones Deusto Bilbao pág. 17

Especificaciones técnicas: Las especificaciones que se tienen que tomar en cuenta son las que se indican en las Normas de Calidad, que regulan las características y calidad del producto, además de especificar toda la información requerida para su presentación.

Durabilidad: Se hace referencia a la vida útil del producto, es decir periodo de vida. (Indicar si es perecedero, no perecedero).

Productos sustitutivos o similares: Estos son los productos que existen en el mercado, que satisfacen las mismas necesidades que se consideran en el proyecto.

Productos complementarios: Son aquellos que se deben considerar en el proyecto, para satisfacer los requerimientos del cliente. Ejemplo: producto elaborado Cama, el producto complementario el colchón.

Precio del Producto: Se tiene que especificar los precios de los productos a ofertar y realizar un cuadro comparativo con los precios de la competencia, lo cual lograría una visión general del comportamiento del producto en el mercado.”⁸

“Comercialización

Es el conjunto de actividades relacionadas con la transferencia de bienes y servicios desde los productores hasta el consumidor final, existiendo canales de comercialización que utilizará la empresa, para vender el producto y los

⁸ PEUMANS, Herman. Valoración de Proyectos de Inversión. Ediciones Deusto Bilbao pág. 18

mecanismos de promoción a utilizar. Así mismo deben existir políticas de comercialización que guíen las negociaciones. (Ejemplo: Ventas a Créditos, Ventas con Descuentos, Políticas de Cobranzas y servicios postventa, etc.)

Promoción

Es una herramienta o variable de la mezcla de promoción (comunicación comercial), consiste en incentivos de corto plazo, a los consumidores, a los miembros del canal de distribución o a los equipos de ventas, que buscan incrementar la compra o la venta de un producto o servicio.

Herramientas de la promoción de ventas

- **Muestras:** Entrega gratuita y limitada de un producto o servicio para su prueba
- **Cupones:** Vales certificados que pueden ser utilizados para pagar parte del precio del producto o servicio
- **Reembolsos:** oferta de devolución de parte del dinero pagado por el producto o servicio. Generalmente en la siguiente compra
- **Precio de paquete:** Rebaja de precios marcada directamente en el envase o etiqueta
- **Premios:** Bienes gratuitos o a precio reducido que se agregan al producto o servicio base

- **Regalos publicitarios:** Artículos útiles con la marca o logo del anunciante que se entregan gratuitamente a sus clientes, prospectos o público en general
- **Promoción en el lugar de ventas:** Exposiciones y demostraciones en el punto de venta
- **Descuentos:** Reducción del precio de un producto o servicio, válido por un tiempo
- **Eventos:** Ferias y Convenciones para promocionar y mostrar productos y servicios
- **Concursos de venta:** concursos entre vendedores o entre miembros del canal
- **Asociación de producto:** regalar una muestra o un obsequio al cliente que aliente la venta y compra.

“Publicidad

La publicidad es la acción de transmitir un mensaje utilizando medios de comunicación (televisión, radio, internet, periódico, revistas, hojas volantes, otros) con la intención de influir sobre el comportamiento del consumidor. La publicidad forma parte de la promoción, uno de los elementos del *Marketing Mix*. El objetivo es el dar a conocer el producto, para así aumentar el nivel de ventas.”⁹

⁹ PEUMANS, Herman. Valoración de Proyectos de Inversión. Ediciones Deusto Bilbao pág. 19-20

ESTUDIO TÉCNICO Y ADMINISTRATIVO

ESTUDIO TÉCNICO

Concepto

“Estudio Técnico son todos aquellos recursos que se tomarán en cuenta para poder llevar a cabo la producción del bien o servicio.

Consiste en diseñar la función de producción óptima, que mejor utilice los recursos disponibles para obtener el producto/servicio deseado.

Objetivos

- Verificar la disponibilidad técnica de fabricación del producto que se pretende crear.
- Analizar y determinar el tamaño óptimo, la localización óptima, los equipos y las instalaciones requeridas para realizar la producción.”¹⁰

“Elementos del estudio técnico

- Descripción del producto
- Descripción del proceso de manufactura elegido
- Determinación del tamaño de planta y programa de producción
- Selección de maquinaria y equipo

¹⁰ SANIN, Ángel Héctor. Guía Metodológica General para la Formulación y Evaluación de Proyectos pág. 30

- Localización de la planta

- Distribución de planta

- Disponibilidad de materiales e instalaciones

- Requerimientos de mano de obra

- Desperdicios

- Estimación del costo de inversión y producción de la planta”¹¹

“Tamaño óptimo:

Es aquel que asegure la más alta rentabilidad desde el punto de vista privado o la mayor diferencia entre beneficios o costos sociales. El tamaño de un proyecto es la capacidad instalada y se expresa en unidades de producción por año.

Un factor importante en el tamaño del proyecto es la demanda. Pueden ocurrir tres situaciones:

- Que la demanda sea mayor al tamaño mínimo del proyecto.

- Que sean de igual magnitud.

- Que la demanda sea menor al tamaño mínimo del proyecto.

¹¹ SANIN, Ángel Héctor. Guía Metodológica General para la Formulación y Evaluación de Proyectos pág. 31

El suministro de insumos y servicios es un aspecto vital en el desarrollo del proceso, ya que de estos depende la calidad del producto, la entrega e imagen que los consumidores tengan del producto.

Existen ciertos procesos o técnicas de producción que exigen una mínima escala de aplicación de la tecnología y equipos, ya que por debajo de ella los costos serían demasiado altos.

Está claro que sin financiación suficiente para establecer una planta de tamaño mínimo es imposible la realización del proyecto.

Cuando se haya hecho un estudio que determine el tamaño más apropiado al proyecto, es necesario asegurarse que se cuenta con la organización adecuada para llevarlo a cabo.

Por lo tanto también se podrá determinar la capacidad del proyecto mediante:

Capacidad diseñada.- Es la estimada en el diseño de la instalación, la cual puede o no ser alcanzada. En el momento de la construcción de una planta, por ejemplo, se pacta un porcentaje mínimo de la capacidad de diseño con la cual debe quedar terminada (90 o 95%).

Capacidad Instalada.- Es aquella que indican cuál será la máxima capacidad de producción que se alcanzará con los recursos disponibles. Esta capacidad se expresa en la cantidad a producir por unidad de tiempo, es decir volumen, peso, valor o unidades de producto elaborados por año,

mes, días, turno, hora, etc. En algunos casos la capacidad de una planta se expresa, no en términos de la cantidad de producto que se obtiene, sino en función del volumen de materia prima que se procesa.

Capacidad utilizada.- es aquella que indica y explica el porcentaje de utilización de la capacidad instalada, tomando en cuenta la demanda, curva de aprendizaje, disponibilidad de materia prima, mano de obra, etc.”¹²

LOCALIZACIÓN

“Localización de la planta: la localización tiene por objeto analizar los diferentes lugares donde es posible ubicar el proyecto, con el fin de determinar el lugar donde se obtenga la máxima ganancia, si es una empresa privada, o el mínimo costo unitario si se trata de un proyecto desde el punto de vista social.

Existen ciertos factores que determinan la ubicación, los cuales son llamados fuerzas locacionales y se clasifican en 3 categorías:

- a) Por costos de transferencia a la cuenta de fletes: comprende la suma de costos de transporte de insumos y productos.
- b) Disponibilidad y costos relativos a los factores de servicios e insumos.
- c) Otros factores.

¹² SANIN, Ángel Héctor. Guía Metodológica General para la Formulación y Evaluación de Proyectos pág. 32 - 36

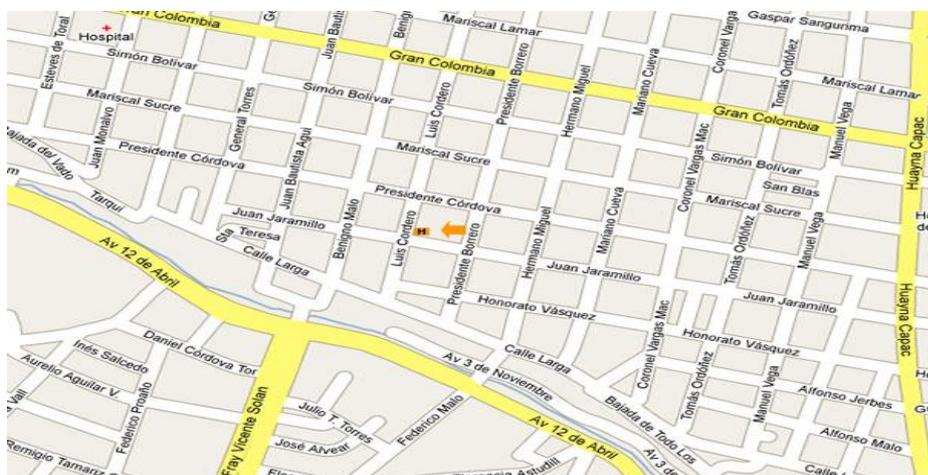
La macro-localización.- consiste en la ubicación de la organización en el país y en el espacio rural y urbano de alguna región.

Ejemplo de Macro-localización: Mapa de la provincia del Azuay



La micro-localización.- es la determinación del punto preciso donde se ubicará la empresa dentro de la región, y en ésta se hará la distribución de las instalaciones en el terreno elegido.

Ejemplo de Micro localización: Plano de la parroquia el Sagrario de la ciudad de Cuenca



Los métodos de localización de planta son: método cualitativo por puntos y método cuantitativo de Vogel. En estos métodos se le asigna un valor a cada una de las características en cada zona que se tome en cuenta para la realización del proyecto, quien tenga mayor puntuación será el lugar elegido donde se instalará el proyecto.”¹³

Ingeniería básica

Concepto

“Consiste en definir y especificar técnicamente los factores fijos (edificios, equipos, etc.) y los variables (mano de obra, materias primas, etc.) que componen el sistema. En la ingeniería básica es necesario conocer:

a) Bien o servicio: Conocer o describir las características de los bienes o los servicios.

b) Programa de producción: indica los índices de rendimiento y la eficiencia de los equipos en términos físicos.

c) Cálculo de la producción: Se puede llevar a cabo por dos sistemas

- Con base en el mercado para conocer el volumen de producto final que es necesario entregar al mercado.

¹³ Libro “Introducción a la Administración de Organizaciones”. de Rafael de Zuani Elio. Editorial Maktub. 2003 pág. 23 - 24

- Con base en la materia prima dada, para precisar la cantidad de materia prima necesaria para la producción.

d) Requisitos de mano de obra e insumos.

e) Especificación de las características de los equipos a utilizar.

f) Distribución en planta: Definido el proceso productivo y los equipos a utilizar, debe hacerse la distribución de los mismos dentro del edificio, según los siguientes criterios:

- Integración total
- Mínima distancia de recorrido
- Utilización del espacio cúbico
- Seguridad y bienestar para el trabajador
- Flexibilidad

g) Obra civil: El tamaño y la forma de los edificios es una consecuencia de la distribución en planta. En la elaboración de los planos de los edificios para producción industrial, administración y servicios complementarios, y su distribución en el terreno, deben tomarse en cuenta los mismos criterios señalados sobre economía de tiempo, movimientos y materiales.”¹⁴

¹⁴Libro “Introducción a la Administración de Organizaciones”. de Rafael de Zuani Elio. Editorial Maktub. 2003 pág. 25 - 26.

“Proceso de producción y selección del proceso

Es necesario describir sistemáticamente la secuencia de las operaciones a que se someten los insumos en su estado inicial para llegar a obtener los productos en su estado final. En cada tipo de proyecto los términos insumos y productos tiene un significado específico preciso:

a) Estado inicial:

Insumos principales: bienes, recursos naturales o personas que son objeto del proceso de transformación.

Insumos secundarios: bienes o recursos necesarios para realizar el proceso de transformación, tanto para su operación como su mantenimiento.

b) Proceso de transformación:

Proceso: descripción sintética de las fases necesarias para pasar del estado inicial al final.

Equipamiento: Equipos e instalaciones necesarias para realizar las transformaciones.

Personal: necesario para hacer funcionar adecuadamente el proceso de transformación.

c) Estado final:

Productos principales: bienes, recursos o personas que han sufrido el proceso de transformación.

Subproductos: bienes, recursos o personas que han experimentado solo o parcialmente el proceso de transformación o que son consecuencia no buscada de este proceso, pero que tiene un valor económico, aunque de carácter marginal, para la justificación de la operación total.

Residuos: desechos de la transformación que pueden carecer de valor económico.”¹⁵

“Los métodos para representar un proceso son:

a) **Diagrama de bloques:** Cada una de las actividades necesarias para la elaboración del bien o servicio se enmarca en un rectángulo y se une con su actividad anterior o posterior, indicando la secuencia del flujo.

b) **Diagrama de flujo:** Aunque el diagrama de bloques también es un diagrama de flujos, éste se diferencia del de flujo en que tiene una simbología muy específica e internacional, donde cada figura tiene su propio significado.

¹⁵ Libro “Introducción a la Administración de Organizaciones”, de Rafael de Zuani Elio. Editorial Maktub. 2003 pág. 27 – 28.

c) **Cursograma analítico**: presenta una información más detallada del proceso, que incluye la actividad, el tiempo empleado, la distancia recorrida, el tipo de acción efectuada y un espacio para anotar las observaciones. Esta técnica se puede emplear en la evaluación de proyectos, siempre que se tenga un conocimiento casi perfecto del proceso de producción y del espacio disponible.

En la industria su uso más común tiene lugar en la realización de estudios de redistribución de plantas, pues es posible comparar el tiempo transcurrido con la distribución actual y la distribución propuesta.

La selección del proceso de producción contempla la existencia de tres tipos de procesos: lineal o continuo, intermitente o batch y mixto. Para escogerlo es necesario analizar las etapas de producción así como las características del producto. Calificar las operaciones, la mano de obra, los insumos, las posibilidades de expansión, las instalaciones, etc., frente al tamaño del proyecto y la localización de la planta.”¹⁶

¹⁶ Libro “Introducción a la Administración de Organizaciones”. de Rafael de Zuani Elio. Editorial Maktub. 2003 pág. 29-30.

ESTUDIO ADMINISTRATIVO

Concepto

“Se refiere a cómo se administrarán los recursos disponibles en cuanto a la actividad ejecutiva de su administración: organización; procedimientos administrativos; aspectos legales y reglamentaciones ambientales.

Objetivo

Definir los criterios para enfrentar el análisis de la organización, aspectos legales, ambientales, fiscales, así como las consecuencias económicas en los resultados de la evaluación.”¹⁷

ESTRUCTURA ORGANIZATIVA

“Elementos que integran el estudio administrativo:

a) Antecedentes: Breve reseña de los orígenes de la empresa y un esquema tentativo de la organización que se considera necesaria para el adecuado funcionamiento administrativo del proyecto.

Se plasman los objetivos de la empresa, así como sus principales accionistas.

¹⁷ Libro “Planeación Y Organización De Empresas”, de Guillermo Gómez Ceja, Mc Graw Hill, México. 1994 pág. 10

b) Organización de la empresa: Se debe presentar un organigrama de la institución, donde se muestre su estructura, dirección y control de funciones para el correcto funcionamiento de la entidad.

Los puestos creados deberán contar con los perfiles necesarios para evitar confusiones en la asignación de tareas y hacer más eficiente dicha tarea del individuo en el puesto.

c) Aspecto legal: Investigar todas las leyes que tengan ingerencia directa o indirecta en la diaria operación de la empresa: ley de contrato de trabajo; convenios colectivos; leyes sobre impuestos; etc.

d) Aspecto ecológico: Reglamentos en cuanto a la prevención y control de la contaminación del agua, aire y en materia de impacto ambiental.

e) Marco legal: Dentro de cualquier actividad en la que se quiera participar existen ciertas normas que se deben seguir para poder operar, las que son obligatorias y equitativas. Entre las principales se encuentran, las siguientes:

Mercado: Legislación sanitaria; contratos con proveedores y clientes; transporte del producto.

Localización: Títulos de bienes raíces; contaminación ambiental; apoyos fiscales; trámites diversos.

Estudio técnico: Transferencia de tecnología; marcas y patentes; aranceles y permisos.

Administración y organización: Contratación de personal; prestaciones a los trabajadores; seguridad industrial.”¹⁸

“Aspecto financiero y contable: Impuestos; financiamiento.

ESTRUCTURA EMPRESARIAL

Parte fundamental en la etapa de operación de la empresa es, la estructura organizativa con que esta cuenta, ya que una buena organización permite asignar funciones y responsabilidades a cada uno de los elementos que conforman la misma. Esto hará posible que los recursos, especialmente el Talento Humano sea manejado eficientemente. La estructura organizativa se representa por medio de los organigramas a los cuales se acompaña con el manual de funciones, en ella se establecen los niveles jerárquicos de autoridad.

Niveles Jerárquicos de Autoridad

Estos se encuentran definidos de acuerdo al tipo de empresa y conforme lo que establece la Ley de Compañías en cuanto a la Administración, más las que son propias de toda organización productiva, la empresa tendrá los siguientes niveles:

- **Nivel Legislativo Directo.-** Es el máximo nivel de dirección de la empresa, son los que dictan las políticas y reglamentos bajo los cuales operará, está conformado por los dueños de la empresa, los

¹⁸ Libro “Planeación Y Organización De Empresas”, de Guillermo Gómez Ceja, Mc Graw Hill, México. 1994 pág. 11
-12

cuales tomarán el nombre de Junta General de Accionistas, dependiendo del tipo de la empresa.

- **Nivel Ejecutivo.-** este nivel está conformado por el Gerente-Administrador.
- **Nivel Asesor.-** Son los asesores Jurídicos o asesores profesionales de otras áreas.
- **Nivel de Apoyo.-** Este nivel se lo conforma con todos los puestos de trabajo que tiene relación directa con las actividades administrativas de la empresa.
- **Nivel Operativo.-** Está conformado por todos los puestos de trabajo que tienen relación directa con la planta de producción, específicamente en las labores de producción o el proceso productivo.”¹⁹

ORGANIGRAMAS

“Los organigramas son la representación gráfica de la estructura orgánica de una empresa u organización que refleja, en forma esquemática, la posición de las áreas que la integran, sus niveles jerárquicos, líneas de autoridad y de asesoría.

¹⁹ Libro “Planeación Y Organización De Empresas”, de Guillermo Gómez Ceja, Mc Graw Hill, México. 1994 pág. 13- 14

ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL O GENERAL

Son representaciones gráficas de todas las unidades administrativas de una organización y sus relaciones de jerarquía o dependencia. Conviene anotar que los organigramas generales e integrales son equivalentes

ORGANIGRAMA FUNCIONAL

Incluyen las principales funciones que tienen asignadas, además de las unidades y sus interrelaciones. Este tipo de organigrama es de gran utilidad para capacitar al personal y presentar a la organización en forma general.

MANUAL DE FUNCIONES

Los manuales tienen por objeto el decirle a cada empleado por escrito lo que se espera de él, en materia de funciones, tareas, responsabilidades, autoridad, comunicaciones, e interrelaciones dentro y fuera de la empresa.

Un manual de funciones debe contener la información clara sobre los siguientes aspectos.

- ✓ Relación de dependencia
- ✓ Dependencia Jerárquica
- ✓ Naturaleza del Trabajo
- ✓ Tareas principales
- ✓ Tareas secundarias

- ✓ Responsabilidades
- ✓ Requerimiento para el puesto.”²⁰

²⁰ Libro “Planeación Y Organización De Empresas”, de Guillermo Gómez Ceja, Mc Graw Hill, México. 1994 pág. 15

ESTUDIO ECONÓMICO

Concepto

“Pretende determinar cuál es el monto de los recursos económicos necesarios para la realización del proyecto. Cuál será el costo total de la planta (que abarque las funciones de producción, administración y ventas), así como otra serie de indicadores que servirán como base para la parte final y definitiva del proyecto, es la evaluación económica, porque es muy importante para la toma de decisiones sobre la vida del proyecto.

Objetivo

Demostrar la rentabilidad económica y la viabilidad financiera del proyecto y aportar las bases para su evaluación económica.”²¹

“Elementos que lo componen:

a) Identificar, clasificar y programar las inversiones a realizar en activos fijos diferidos y capital de trabajo. Las inversiones se consideran como los recursos indispensables para la instalación de cualquier tipo de empresa. Estas constituyen el capital fijo, la inversión diferida o activo diferido y el capital de trabajo de un proyecto.

²¹ Contabilidad 1 Gonzalo Vizueta Maruri, Edición 1991 pág. 55 - 56

b) Conjuntar los datos del programa de producción y venta formulados en los estudios de mercado, ingeniería y administrativo; incluidos los volúmenes de producción y ventas, precios alternativos de mercado, elementos con base técnica para la determinación de los costos de producción así como las inversiones a realizar.

c) Formular presupuestos de: Ventas o ingresos; costos y gastos de producción; gastos de administración y ventas, etc.

d) Formular los estados financieros de: Pérdidas y ganancias; balance general; estado de cambios en la situación financiera en base a efectivo.

Pasos para elaborar un estudio financiero:

a) Se deben concentrar en la hoja de cálculo toda la información, como son los diferentes tipos de inversiones a realizar, los gastos de constitución, los de operación, tasas de impuestos, tasa del préstamo, el rendimiento que pide el inversionista y el precio de venta del bien o servicio.

b) Se elabora un cuadro en el cual se debe obtener el valor de rescate de las inversiones, así como el importe de la depreciación o amortización anual de cada una de ellas.

c) Presupuesto de inversiones. Es necesario conocer y plasmar las diferentes inversiones que se realizarán durante el período de vida del proyecto.

d) Presupuesto de producción. Se elabora un flujo de efectivo tomando como base los datos anteriores, para obtener el flujo de operación.

e) Flujo neto de efectivo. Se elabora un concentrado en el cual se integran por año el flujo neto de inversiones, el de operación para realizar la suma algebraica y así obtener los flujos de efectivo.”²²

INVERSIÓN

Concepto

“Es el proyecto por el cual un sujeto decide vincular sus recursos financieros líquidos a cambio de la expectativa de obtener beneficios, también líquidos en un determinado plazo de tiempo llamado vida útil de la inversión.

CLASIFICACIÓN DE LAS INVERSIONES

ACTIVO FIJO

Está representado por propiedades de la empresa físicamente tangibles que han de usarse durante más de un año en la producción y/o distribución de bienes y servicios que representan el giro normal de operaciones de la empresa y que por lo general no son fácilmente convertibles en efectivo.

Todo activo fijo, con excepción del terreno que no es depreciable ni agotable, se consume durante su vida útil en la producción de bienes y

²² Contabilidad 1 Gonzalo Vizueta Maruri, Edición 1991 pág. 67- 70

servicios, por lo tanto debe existir una cuenta de depreciación acumulada del activo correspondiente, para que al término de cada periodo se reconozca a la parte de ese activo que ya ha sido depreciado y se vaya acumulando periodo a período durante su vida de servicio.

Debido a que el terreno no se deprecia y los otros activos fijos sí, las partidas del activo fijo se deberán presentar separadamente en el Estado de Situación Financiera con su depreciación acumulada correspondiente. Los activos fijos más importantes son: Terrenos, Edificios, Maquinaria y Equipo, Instalaciones, Muebles y Enseres de oficina, Equipo de Computación, Vehículos.

ACTIVO DIFERIDO

Los activos diferidos son conocidos también como activos intangibles. Un activo intangible es todo aquel activo cuyo valor reside en los derechos que su posesión confiere al propietario y que no representa una reclamación contra algún individuo o negocio. No posee propiedades físicas y se adquiere con el propósito de usarse durante su vida útil económica en las operaciones normales del negocio. No tiene existencia material y su valor verdadero depende de su contribución a las utilidades del negocio. Siempre que el activo intangible se relacione directamente con las operaciones normales del negocio, su amortización anual deberá tratarse como un costo de producción o como un gasto de operación.

Los activos intangibles más importantes son: Gastos de Instalación y Adaptación, Gastos de Organización.

CAPITAL DE TRABAJO

La inversión en capital de trabajo corresponde al conjunto de recursos necesarios, en forma de activos corrientes, para la operación normal del proyecto durante un ciclo productivo, esto es, el proceso que se inicia con el primer desembolso para cancelar los insumos de la operación y finaliza cuando los insumos transformados en productos terminados son vendidos y el monto de la venta recaudado y disponible para cancelar la compra de nuevos insumos.

El capital de trabajo puede estar compuesto por:

- Efectivo y Bancos
- Inventario de Materia prima y materiales
- Productos en proceso²³

COSTOS

Concepto

“Costo es el sacrificio, o esfuerzo económico que se debe realizar para lograr un objetivo.

²³ Libro “Contabilidad de Costos” Tomo 1, WB Lawrence, Editorial Hispano América México 1972, pág. 1 a 2

El costo es fundamentalmente un concepto económico, que influye en el resultado de la empresa.

CLASIFICACIÓN DE LOS COSTOS

Es necesario clasificar los costos de acuerdo a categorías o grupos, de manera tal que posean ciertas características comunes para poder realizar los cálculos, el análisis y presentar la información que puede ser utilizada para la toma de decisiones.

Clasificación según la función que cumplen

1. Costo de Producción.- Son los que permiten obtener determinados bienes a partir de otros, mediante el empleo de un proceso de transformación. Por ejemplo:

- a) Costo de la materia prima y materiales que intervienen en el proceso productivo
- b) Sueldos y cargas sociales del personal de producción.
- c) Depreciaciones del equipo productivo.
- d) Costo de los Servicios Públicos que intervienen en el proceso productivo.
- e) Costo de envases y embalajes.
- f) Costos de almacenamiento, depósito y expedición.

2. Costo de Comercialización.- Es el costo que posibilita el proceso de venta de los bienes o servicios a los clientes. Por ejemplo:

- a) Sueldos y cargas sociales del personal del área comercial.
- b) Comisiones sobre ventas.
- c) Fletes, hasta el lugar de destino de la mercadería.
- d) Seguros por el transporte de mercadería.
- e) Promoción y Publicidad.
- f) Servicios técnicos y garantías de post-ventas.

3. Costo de Administración.- Son aquellos costos necesarios para la gestión del negocio. Por ejemplo:

- a) Sueldos y cargas sociales del personal del área administrativa y general de la empresa
- b) Honorarios pagados por servicios profesionales.
- c) Servicios Públicos correspondientes al área administrativa.
- d) Alquiler de oficina.
- e) Papelería e insumos propios de la administración

4. Costo de financiación.- Es el correspondiente a la obtención de fondos aplicados al negocio. Por ejemplo:

- a) Intereses pagados por préstamos.
- b) Comisiones y otros gastos bancarios.
- c) Impuestos derivados de las transacciones financieras.²⁴

²⁴ Libro "Contabilidad de Costos" Tomo 1, WB Lawrence, Editorial Hispano América México 1972, pág. 3 - 4

Clasificación según su grado de variabilidad

“Esta clasificación es importante para la realización de estudios de planificación y control de operaciones. Está vinculado con las variaciones o no de los costos, según los niveles de actividad.

a) Costos Fijos.- Son aquellos costos cuyo importe permanece constante, independiente del nivel de actividad de la empresa. Se pueden identificar y llamar como costos de "mantener la empresa abierta", de manera tal que se realice o no la producción, se venda o no la mercadería o servicio, dichos costos igual deben ser solventados por la empresa. Por ejemplo:

- Alquileres
- Amortizaciones o depreciaciones
- Seguros
- Impuestos fijos
- Servicios Públicos (Luz, Agua, Teléfono, etc.)
- Sueldo y cargas sociales de encargados, supervisores, gerentes, etc.

b) Costos Variables.- Son aquellos costos que varían en forma proporcional, de acuerdo al nivel de producción o actividad de la empresa. Son los costos por "producir" o "vender". Por ejemplo:

- Mano de obra directa (a destajo, por producción o por tanto).
- Materias Primas directas.

- Materiales e Insumos directos.
- Impuestos específicos.
- Envases, Embalajes y etiquetas.
- Comisiones sobre ventas.

Clasificación según su asignación

Costos Directos.-Son aquellos costos que se asigna directamente a una unidad de producción. Por lo general se asimilan a los costos variables.

Costos Indirectos.- Son aquellos que no se pueden asignar directamente a un producto o servicio, sino que se distribuyen entre las diversas unidades productivas mediante algún criterio de reparto. En la mayoría de los casos los costos indirectos son costos fijos.”²⁵

CONTRIBUCIÓN MARGINAL

Concepto

“Se le llama "margen de contribución" porque muestra como "contribuyen" los precios de los productos o servicios a cubrir los costos fijos y a generar utilidad, que es la finalidad que persigue toda empresa.

La "contribución marginal" o "margen de contribución" es la diferencia entre el Precio de Venta y el Costo Variable Unitario.

²⁵ Libro “Contabilidad de Costos” Tomo 1, WB Lawrence, Editorial Hispano América México 1972, pág. 5 - 7

Contribución Marginal = Precio de Venta – Costo Variable Unitario

ESTADOS FINANCIEROS PROFORMA

Los estados pro-forma son estados financieros proyectados. Normalmente, los datos se pronostican con un año de anticipación. Los estados de ingresos pro-forma de la empresa muestran los ingresos y costos esperados para el año siguiente, en tanto que el Balance pro-forma muestra la posición financiera esperada, es decir activos, pasivos y capital contable al finalizar el periodo pronosticado.”²⁶

ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIA

“Documento Contable que presenta los resultados obtenidos en un período económico, sean estos pérdidas o ganancias para lo cual compara los rubros de ingresos con los egresos incurridos en un período.

Es uno de los Estados Financieros básicos que tiene por objeto mostrar un resumen de los ingresos y los gastos durante un ejercicio, clasificándolos de acuerdo con las principales operaciones del negocio, mostrando por consiguiente las utilidades o pérdidas sufridas en las operaciones realizadas.

El Estado de Pérdidas y Ganancias llamado también Estado de Resultados nos demuestra cual es la utilidad o pérdida obtenida durante un período económico, resultados que sirven para obtener mediante análisis,

²⁶ BACKER Jacobsen & Ramírez Padilla. CONTABILIDAD DE COSTOS UN ENFOQUE ADMINISTRATIVO PARA LA TOMA DE DECISIONES. Edición 2º. Editorial Mc Graw-Hill pág. 51 a 53

conclusiones que permitan conocer como se desenvuelve la empresa y hacer previsiones para el futuro.

INGRESOS:

Están conformados por el resultado de las ventas u otros ingresos.

EGRESOS:

Se forma por la sumatoria del Costo Primo, Gastos de Proceso de Producción, Gastos de Operación y Gastos Financieros, como podrá observarse en el cuadro descrito a continuación.”²⁷

ESTADO DE RESULTADOS PROFORMA (Período anual)

CONCEPTOS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Ingreso por ventas	488,083.9	597,720.0	824.065.4	904.637.0	993.336.0
- Costos total	406,736.6	498,100.0	633.896.4	695.874.6	764.104.6
= Utilidad bruta en ventas	81,347.3	99,620.0	190.169.0	208.762.4	229.231.4
- 15% utilidad a trabajadores	12,202.1	14.943.0	28.525.4	31.314.4	34.384.7
= Utilidad antes de Imp. a la renta	69,145.2	84.677.0	161.643.6	177.448.0	194.846.7
- 25% Impuesto a la renta	17,283.3	21,169.3	44,410.8	44,362.0	48,711.7
= Utilidad líquida del ejercicio	51,855.9	63,507.7	121.232.8	133.086.0	146.135.0

Punto de Equilibrio

“Se dice que una Empresa está en su Punto de Equilibrio cuando no genera ni Ganancias, ni Pérdidas. Es decir cuando el Beneficio es igual a cero.

²⁷ BACKER Jacobsen & Ramírez Padilla. CONTABILIDAD DE COSTOS UN ENFOQUE ADMINISTRATIVO PARA LA TOMA DE DECISIONES. Edición 2º. Editorial Mc Graw-Hill pág. 57 -58

Para un determinado costo fijo de la Empresa, y conocida la Contribución Marginal de cada producto, se puede calcular las cantidades de productos o servicios y el monto total de ventas necesario para no ganar ni perder; es decir para estar en Equilibrio.

Para determinar el punto de equilibrio se lo puede realizar utilizando el método matemático en función de la capacidad instalada y de las ventas, además se puede utilizar la forma gráfica para su representación.

a. PUNTO DE EQUILIBRIO EN FUNCIÓN DE LA CAPACIDAD INSTALADA

$$PE = \frac{\text{Costo Fijo Total}}{\text{Ventas Totales} - \text{Costo Variable Total}} \times 100$$

b. EN FUNCIÓN DE LAS VENTAS

$$PE = \frac{\text{Costo Fijo Total}}{1 - \frac{\text{Costo Variable Total}}{\text{Ventas totales}}}$$

²⁸ BACKER Jacobsen & Ramírez Padilla. CONTABILIDAD DE COSTOS UN ENFOQUE ADMINISTRATIVO PARA LA TOMA DE DECISIONES. Edición 2º. Editorial Mc Graw-Hill pág. 69 - 70

EVALUACIÓN ECONÓMICA

FLUJO DE CAJA O FLUJO DE FONDOS.

“Definición.- El estado de flujos de efectivo es el estado financiero básico que muestra el efectivo generado y utilizado en las actividades de operación, inversión y financiación. Debe determinarse para su implementación el cambio de las diferentes partidas del Balance General que inciden en el efectivo.

OBJETIVO GENERAL.

El objetivo de este estado es presentar información pertinente y concisa, relativa a los recaudos y desembolsos de efectivo de un ente económico durante un período para que los usuarios de los estados financieros tengan elementos adicionales para examinar la capacidad de la entidad para generar flujos futuros de efectivo, para evaluar la capacidad, para cumplir con sus obligaciones, determinar el financiamiento interno y externo, analizar los cambios presupuestados en el efectivo, y establecer las diferencias entre la utilidad neta , los recaudos y desembolsos.

El análisis del estado de flujo de efectivo debe reflejar claramente el entorno económico, la demanda de información, la generación de recursos y la solvencia de los agentes.

Para cumplir con el objetivo general, se debe mostrar de manera clara la variación que ha tenido el efectivo durante el periodo frente a las actividades de:

Operación: Aquellas que afectan los resultados de la empresa, están relacionadas con la producción y generación de bienes y con la prestación de servicios.

Los flujos de efectivo son generalmente consecuencia de las transacciones de efectivo y otros eventos que entran en la determinación de la utilidad neta.

Inversión: Incluye el otorgamiento y cobro de préstamos, la adquisición y venta de inversiones y todas las operaciones consideradas como no operacionales.

Financiación: Determinados por la obtención de recursos de los propietarios y el reembolso de rendimientos. Se consideran todos los cambios en los pasivos y patrimonio diferentes a las partidas operacionales.

Los efectos de actividades de inversión y financiación que cambien o modifiquen la situación financiera de la empresa, pero que no afecten los flujos de efectivo durante el periodo deben revelarse en el momento.”²⁹

²⁹ KETELHHN, Werner; MARIN José Nicolás, MONTIEL Eduardo Luís, 2004, Inversiones (Análisis de Inversiones Estratégicas), Editorial Norma pág. 19 - 20

FLUJOS DE EFECTIVO DE OPERACIÓN.

“ENTRADAS:

- Recaudo de las ventas por bienes o prestación de servicios.
- Cobro de cuentas por cobrar.
- Recaudo de intereses y rendimientos de inversiones.
- Otros cobros no originados con operaciones de inversión o financiación.

SALIDAS:

- Desembolso de efectivo para adquisición de materias primas, insumos y bienes para la producción.
- Pago de las cuentas de corto plazo.
- Pago de los acreedores y empleados.
- Pago de intereses a los prestamistas.
- Otros pagos no originados con operaciones de inversión o financiación.

Para proporcionar una visión de conjunto de los cambios en el efectivo o sus equivalentes, el estado de flujo de efectivo debe mostrar las variaciones en todas las actividades del ente económico.

El estado de flujos de efectivo se refiere a las actividades de: Operación
Inversión Financiación.

FLUJOS DE EFECTIVO DE INVERSIÓN.

ENTRADAS:

Recaudo por la venta de inversiones, de propiedad, planta y equipo y de otros bienes de uso.

Cobros de préstamo de corto plazo, otorgados por la entidad.

Otros cobros relacionados con operaciones de inversión o financiación.

SALIDAS:

- Pagos para adquirir inversiones, de propiedad, planta y equipo y de otros bienes de uso.
- Pagos en el otorgamiento de préstamos de corto y largo plazo.
- Otros pagos no originados con operaciones de inversión o financiación.”³⁰

DE EFECTIVO DE FINANCIACIÓN.

“ENTRADAS:

- Efectivo recibido por incrementos de aportes o recolección de aportes.

³⁰ KETELHHN, Werner; MARIN José Nicolás, MONTIEL Eduardo Luís, 2004, Inversiones (Análisis de Inversiones Estratégicas), Editorial Norma pág. 22 a 23

- Préstamos recibidos a corto y largo plazo diferentes a las transacciones con proveedores y acreedores relacionadas con la operación de la entidad.
- Otras entradas de efectivo no relacionadas con las actividades de operación e inversión.

SALIDAS:

- Pagos de dividendos o su equivalente, según la naturaleza del ente económico.
- Reembolso de aportes en efectivo.
- Readquisición de aportes en efectivo.
- Pagos de obligaciones de corto y largo plazo diferentes a los originados en actividades de operación.
- Otros pagos no relacionados con las actividades de operación e inversión.”³¹

“FORMAS DE PRESENTACIÓN.

Existen dos formas o métodos para presentar las actividades de operación en el estado de flujos de efectivo:

³¹ KETELHHN, Werner; MARIN José Nicolás, MONTIEL Eduardo Luís, 2004, Inversiones (Análisis de Inversiones Estratégicas), Editorial Norma pág. 24 a 25

MÉTODO DIRECTO:

En este método las actividades se presenta como si se tratara de un estado de resultados por el sistema de caja, las empresas que utilicen este método deben informar los movimientos relacionados con:

- Efectivo cobrado a los clientes.
- Efectivo recibido por intereses, dividendos y otros rendimientos sobre inversiones.
- Otros cobros de operación.
- Efectivo pagado a los empleados y proveedores.
- Efectivo pagado por intereses.
- Pagos por impuestos.
- Otros pagos de operación.

MÉTODO INDIRECTO:

Bajo este método se prepara una conciliación entre la utilidad neta y el flujo de efectivo neto de las actividades de operación, la cual debe informar por separado de todas las partidas conciliatorias.

La utilización de este método, lleva a la utilización del flujo de efectivo generado por las operaciones normales, se determina tomando como punto de partida la utilidad neta del periodo, valor al cual se adicionan o deducen las partidas incluidas en el estado de resultados que no implican un cobro o un pago de efectivo.

Entre las partidas mencionadas se encuentran:

- Depreciación, amortización y agotamiento.
- Provisiones para protección de activos.
- Diferencias por fluctuaciones cambiarias.
- Utilidades o pérdidas en ventas de propiedad, planta y equipo, inversiones u otros activos operacionales.
- Corrección monetaria del periodo de las cuentas del balance.
- Cambio en rubros operacionales, tales como: aumento o disminuciones en cuentas por cobrar, inventarios, cuentas por pagar, pasivos estimados y provisiones.

Cuando se utilice este método la conciliación puede hacerse respecto de la utilidad operacional.”³²

CRITERIOS DE EVALUACIÓN DE PROYECTOS

“La evaluación de proyectos por medio de métodos matemáticos-financieros es una herramienta de gran utilidad para la toma de decisiones por parte de los administradores financieros, ya que un análisis que se anticipe al futuro puede evitar posibles desviaciones y problemas en el largo plazo. Las técnicas de evaluación económica son herramientas de uso general. Los

³² KETELHHN, Werner; MARIN José Nicolás, MONTIEL Eduardo Luís, 2004, Inversiones (Análisis de Inversiones Estratégicas), Editorial Norma pág. 26 a 27

mismos pueden aplicarse a inversiones industriales, de hotelería de servicios que a inversiones en informática. El valor presente neto y la tasa interna de rendimiento se mencionan juntos por que en realidad es el mismo método, sólo que sus resultados se expresan de manera distinta. Recuérdese que la tasa interna de rendimiento es el interés que hace el valor presente igual a cero, lo cual confirma la idea anterior.

La evaluación de proyectos, en sus distintos tipos, contempla una serie de criterios base que permiten establecer sus conclusiones. En función del campo, empresa u organización de que se trate, es que se emplearán una serie de criterios u otros que guarden relación con los objetivos estratégicos que se persigan.

No existen criterios únicos, por lo general los criterios surgen en función de la naturaleza de cada proyecto pero existe cierto consenso en la necesidad de analizar la pertinencia, eficacia, y sostenibilidad de los proyectos.

Los principales métodos que se utilizan son:

Valor Actual Neto (VAN), Tasa Interna de Retorno (TIR), Relación Beneficio Costo (RBC), Análisis de Sensibilidad (AS), Período de Recuperación de la Inversión (PRI).”³³

³³ SAPAG, Nassir y SAPAG, Reinaldo, 1988, Fundamentos de Preparación y Evaluación de Proyectos, Ediciones McGraw-Hill pág.6 a 8

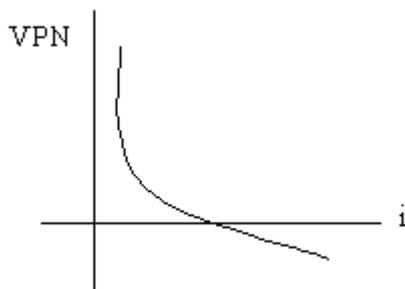
CRITERIOS DEL VALOR ACTUAL NETO (VAN).

“Consiste en actualizar a valor presente los flujos de caja futuros que va a generar el proyecto, descontados a un cierto tipo de interés “la tasa de descuento”, y compararlos con el importe inicial de la inversión. Como tasa de descuento se utiliza normalmente el coste promedio ponderado del capital de la empresa que hace la inversión.

El método del Valor Actual Neto es muy utilizado por dos razones, la primera porque es de muy fácil aplicación y la segunda porque todos los ingresos y egresos futuros se transforman a pesos de hoy y así puede verse, fácilmente, si los ingresos son mayores que los egresos. Cuando el VAN es menor que cero implica que hay una pérdida a una cierta tasa de interés o por el contrario si el VAN es mayor que cero se presenta una ganancia. Cuando el VAN es igual a cero se dice que el proyecto es indiferente.

La condición indispensable para comparar alternativas es que siempre se tome en la comparación igual número de años, pero si el tiempo de cada uno es diferente, se debe tomar como base el mínimo común múltiple de los años de cada alternativa.

En la aceptación o rechazo de un proyecto depende directamente de la tasa de interés que se utilice. Por lo general el VAN disminuye a medida que aumenta la tasa de interés, de acuerdo con la siguiente gráfica.



En consecuencia para el mismo proyecto puede presentarse que a una cierta tasa de interés, el VAN puede variar significativamente, hasta el punto de llegar a rechazarlo o aceptarlo según sea el caso.

Al evaluar proyectos con la metodología del VAN se recomienda que se calcule con una tasa de interés superior a la Tasa de Interés de Oportunidad (TIO), con el fin de tener un margen de seguridad para cubrir ciertos riesgos, tales como liquidez, efectos inflacionarios o desviaciones que no se tengan previstas.

Fórmulas que se deben aplicar para obtener el VAN.

FA = Factor de actualización

$$FA = 1/(1+i)^n$$

VA= Valor Actualizado

VA = Flujo Neto x Factor de Actualización

VAN = Sumatoria de Flujo Neto de Caja – Inversión

$$VAN = \sum FNC - I \quad \text{“}^{34}$$

“CRITERIO DE LA TASA INTERNA DE RETORNO (TIR).

La Tasa Interna de Retorno, es aquella tasa de interés (tasa de descuento) que hace igual a cero el valor actual de un flujo de beneficios netos.

Este método consiste en encontrar una tasa de interés en la cual se cumplen las condiciones buscadas en el momento de iniciar o aceptar un proyecto de inversión. Tiene como ventaja frente a otras metodologías como la del Valor Actual Neto (VAN) o el Valor Actual Neto Incremental (VANI) porque en este se elimina el cálculo de la Tasa de Interés de oportunidad (TIO), esto le da una característica favorable en su utilización por parte de los administradores financieros.

Al utilizar este criterio lo que estamos haciendo es evaluar el proyecto en función de una única tasa de rendimiento por período por la cual la totalidad de los beneficios actualizados son exactamente iguales a los desembolsos expresados en moneda actual.

En palabras de Bierman y Smidt, la TIR “representa la tasa de interés más alta que un inversionista podría pagar sin perder dinero, si todos los fondos para el financiamiento de la inversión se tomaran prestados y el préstamo (principal e interés acumulado) se pagará con las entradas en efectivo de la inversión a medida que se fuesen produciendo”. Sin embargo, en esta

³⁴ VILLAREAL, Arturo, 1988, Evaluación Financiera de Proyectos de Inversión, Editorial Norma pág. 10 a 12

definición no se han considerado los conceptos de costo de oportunidad, riesgo, ni evaluación en el contexto de la empresa en conjunto.

Podemos decir entonces que: “Es conveniente realizar la inversión cuando la tasa de interés es menor que la tasa interna de retorno, o sea, cuando el uso del capital en inversiones alternativas “renta” menos que el capital invertido en este proyecto”.

Sin embargo, uno de los principales inconvenientes con el que nos encontramos al utilizar la TIR como criterio de evaluación es que en los casos en que el flujo de caja de un proyecto puede adoptar una estructura tal que más de una TIR puede servir para encontrar un VAN=0.

Fórmulas para obtener la Tasa Interna de Retorno (TIR).

$$FA = 1/(1+i)^n$$

$$VAN = \Sigma FNC - I$$

$$TIR = Tm + Dt \left(\frac{VAN_{MENOR}}{VAN_{MENOR} - VAN_{MAYOR}} \right) \quad \text{“35}$$

³⁵ VILLAREAL, Arturo, 1988, Evaluación Financiera de Proyectos de Inversión, Editorial Norma pág. 18 - 20

RELACIÓN BENEFICIO COSTO.

“En este caso la regla dice que una inversión debe hacerse sólo si los beneficios son mayores que los costos. Lo anterior es equivalente al criterio del VAN.

Aquí lo que hacemos es calcular el valor actual tanto de los costos del proyecto como de los beneficios y obtenemos una relación Beneficio/Costo.

Se debe tomar en cuenta los siguientes aspectos:

- Si la relación Beneficio Costo es mayor a uno se acepta el proyecto.
- Si la relación Beneficio Costo es menor a uno no se acepta el proyecto.
- Si la relación Beneficio Costo es igual a uno conviene o no conviene realizar el proyecto.

Fórmula para obtener la Relación Beneficio Costo.

$$\text{RELACIÓN BENEFICIO COSTO} = \frac{\text{Ingreso Actualizado}}{\text{Costo Actualizado}}$$

PERIODO DE RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN.

Es un método fácil, pero utilizado por sí solo puede llevar a decisiones erróneas. Sin embargo, puede entregar información que es útil en determinadas circunstancias.

El período de recuperación, mide el número de años requeridos para recuperar el capital invertido en el proyecto.

La información que entrega es útil en los casos en que el proyecto tenga una larga vida útil durante la cual los beneficios anuales son más o menos constantes. En el caso extremo de una anualidad constante y permanente, $R = 1/r$. Por otro lado, la información que arroja R es particularmente útil para situaciones riesgosas. Es claro que si el inversor privado espera que dentro de un año se dicte una ley que perjudique de alguna manera el proyecto a realizar sería bueno conocer si la inversión podrá ser recuperada antes que se dicte la ley.

Fórmula:

$$\text{PRC} = \text{AÑO ANTERIOR A CUBRIR LA INVERSIÓN} + \frac{\left[\text{INVERSIÓN} - \sum \text{PRIMEROS FLUJOS} \right]}{\text{FLUJO DE AÑO QUE SUPERA LA INVERSIÓN}}^{36}$$

ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD.

“Se llama análisis de sensibilidad al procedimiento que ayuda a determinar cuánto varían (que tan sensible son) los indicadores de Evaluación, ante cambios de algunas variables del proyecto. Una forma sencilla para efectuar un análisis de sensibilidad es aquella que modifica una por una las variables

³⁶ VILLAREAL, Arturo, 1988, Evaluación Financiera de Proyectos de Inversión, Editorial Norma pág. 25 a 27

más relevantes, como el precio del producto, la cantidad productiva y vendida, el costo de los materiales directos e indirectos, el costo del capital, el monto de las inversiones, entre otros. Esta forma de cálculo de la sensibilidad del proyecto implica elaborar nuevos flujos de caja.

Es aconsejable realizar el análisis de sensibilidad para ver cuánto afectará a la rentabilidad del proyecto si se verifica por ejemplo la disminución o el incremento en el precio de venta del bien por el proyecto, si se produce un aumento o disminución en los costos de producción o una variación en la tasa de descuento, entre otros. En general la rentabilidad del proyecto puede cambiar por una variación de los ingresos y egresos o ambos.

El cambio en los ingresos puede presentarse por una modificación en el precio de venta del producto ofrecido por el proyecto por su lado los egresos varían si se modifican los precios unitarios de compra de los recursos que requiere el proyecto para el ciclo productivo. Pero si cambia el volumen de producción (número de unidades producidas) entonces los ingresos y egresos varían en forma simultánea.

El análisis de sensibilidad está orientada a comprobar hasta qué punto el proyecto puede mantener su rentabilidad ante cambios en las variables, pero no es necesario analizar todas las variables basta considerar aquellas que más influyen en el proyecto. Los porcentajes a aplicarse dependerán del grado de sensibilidad a los cambios de cada variable. No es posible realizar cambios simultáneos en más de una variable solo se toma una variable.

Para realizar un análisis de sensibilidad la variable a modificar, debe ser un componente importante de la estructura de ingresos o costos del proyecto y que exista incertidumbre en cuanto a comportamiento futuro de los valores de la variable sensible. Una vez identificada la variable a sensibilizar, debe repetirse el cálculo de los aspectos económicos y financieros del proyecto desde el principio siguiendo el procedimiento adoptado.

Fórmulas a aplicar para realizar el Análisis de Sensibilidad.

$$NTIR = Tm + Dt \left(\frac{VAN_{MENOR}}{VAN_{MENOR} - VAN_{MAYOR}} \right)$$

Diferencia TIR = TIR Proyecto – Nueva TIR

Diferencia TIR

% Variación = ----- x 100

TIR Proyecto

% Variación

Sensibilidad = -----

Nueva TIR³⁷

³⁷ VILLAREAL, Arturo, 1988, Evaluación Financiera de Proyectos de Inversión, Editorial Norma pág. 30 a 34

MATERIALES Y MÉTODOS

e) MATERIALES Y MÉTODOS

MATERIALES UTILIZADOS

Para elaborar este proyecto de tesis se ha requerido de los siguientes recursos:

Recursos Humanos

- Sonia Marcela Montero Tacuri
- Ing. Jackson Valverde

Recursos Materiales

- Materiales de escritorio (hojas, esferos, grapadora)
- Pen-drive
- Computadora portátil
- Calculadora

MÉTODOS Y TÉCNICAS

Para realizar el presente trabajo se utilizaron los siguientes métodos y técnicas:

Métodos:

MÉTODO DEDUCTIVO.- Es el que sigue un proceso sintético, analítico; se presentan conceptos, principios, definiciones, leyes o normas generales de las cuales se extraen conclusiones o consecuencias en las que se aplican, o

se examinan casos particulares sobre la base de las afirmaciones generales presentadas.

Este método se lo aplicó cuando se obtuvieron los resultados del estudio de mercado, estudio técnico – organizacional, el estudio financiero y al concluir mediante los resultados de la evaluación económica que este proyecto es cien por ciento factible realizarlo.

MÉTODO INDUCTIVO.- Es un proceso analítico – sintético, mediante el cual parte del estudio de casos, hechos o fenómenos particulares para llegar al descubrimiento de un principio o ley que los rige.

Este método se lo aplicó en todo el proceso investigativo, pues a través de este, se pudo determinar lo importante que es realizar un proyecto de inversión antes de ofrecer al mercado un producto o servicio, siendo de gran ayuda porque se pudo conocer que es factible realizar este proyecto, asegurando además el capital que se va invertir en el mismo.

Método Descriptivo.- Consiste en la observación actual en la que se desarrolla el problema y procura la interpretación racional y el análisis objetivo de los mismos.

Este método fue aplicado en la exposición y discusión de los resultados de la encuesta, entrevista y además en las conclusiones y recomendaciones.

Método Analítico.- Se basa en los resultados obtenidos analizando cada uno de ellos.

Este método se lo utilizó en todo el desarrollo del estudio de este proyecto, ya que mediante el análisis de los resultados obtenidos se pudo conocer lo positivo que sería realizar este proyecto.

Método Científico.- Configura la base de conocimiento de toda ciencia, y a la vez, es el procedimiento empírico más generalizado del conocimiento.

Este método fue aplicado en todo el proceso de la tesis, porque mediante la información de libros, revistas, internet, periódicos y otras fuentes, y con el conocimiento adquirido mediante los mismos, se pudo desarrollar la presente tesis.

Técnicas:

Observación.- Es una técnica que consiste en observar atentamente el fenómeno, hecho o caso, tomar información y registrarla para su posterior análisis.

Esta técnica fue aplicada en todo este proyecto porque se pudo observar mediante el estudio de mercado que si existe una demanda insatisfecha y que al realizar el estudio técnico, estudio financiero con su respectiva evaluación económica si existe la factibilidad de desarrollar este proyecto.

Entrevista.- Es una técnica para obtener datos que consiste en un diálogo entre dos personas: el entrevistador (investigador) y el entrevistado; se realiza con el fin de obtener información de parte de éste, que es, por lo general, una persona entendida en la materia de la investigación.

Con el propósito de obtener información en cuanto al producto, precio, plaza y promoción que oferta la competencia, hubo que realizar una entrevista a los mismos, aplicando un censo debido a que en la Ciudad de Cuenca existen pocas empresas que ofrecen el servicio de Spa.

La cantidad de empresas de servicios de Spa que existen, según información obtenida de Control Urbanístico del Municipio de Cuenca, son las siguientes:

Cuadro Nº 1

OFERENTES		
EMPRESAS	DIRECCIÓN	TELÉFONO
´REIKI NONA´	Remigio Tamariz 4-52 y Remigio Romero	095425447
BODY CARE SPA & GYM S.A.	Circunvalación Sur y subida a Turi	091577429
PELUQUERIA -GABINETE DE BELLEZA Y SPA	Av. Ordoñez Lasso y los Cerezos	4073227
PIEDRA DE AGUA	Baños Paseo de la Guadalupana	2892496
CENTRO DE ESTÉTICA SPA	Remigio Tamariz 4-52 y Remigio Romero	2889463
ARMONIA CENTRO TERMOTERAPIA	Tarqui 8-64 entre Sucre y Bolívar	2845025
RB SPA Y ESTILISMO	Turuhuayco 5-81 y Barrial Blanco	85996814
SPA SOLÉ	Unidad Nacional 7-150	2880048
SHIATSU SALA DE TERMO-MASAJE	Mariscal Lamar 4-42 y Mariano Cueva	93681708
TERAP Y RELAX	José María Sánchez 1-97 y Av. 10 de Agosto	2882431
SALÓN DE ADELGAZAMIENTO Y DE MASAJE	Gonzalo Cordero Dávila 3-129 y Agustín Cueva	2819812
SPA SILOUHETTE	Tarqui 17-30 y Héroes de Verdeloma	2836803

Fuente: Municipio de Cuenca

Autora: Sonia Montero

Encuesta.- Es una técnica destinada a obtener datos de varias personas cuyas opciones impersonales interesan al investigador. Para ello, a diferencia de la entrevista, se utiliza un listado de preguntas escritas que se entregan a los sujetos, a fin de que las contesten igualmente por escrito. Este listado se denomina cuestionario.

Para aplicar la encuesta hubo en primer lugar que segmentar el mercado de la ciudad de Cuenca, (población económicamente activa), para luego obtener la muestra.

Para obtener la población económicamente activa al año 2011, se aplicó la fórmula de proyección de la demanda, tomando datos como: la población de la Encuesta de Empleo Subempleo y Desempleo EMENDU Dic-2010 que es 231.026; y, la tasa de crecimiento del PEA 2,04%, la cual me da como resultado:

Formula: $Pf_{2011} = Pa(1 + i)^n$

Pf = Población futura

Pa = Población actual

I= Tasa de crecimiento

n = años a proyectar

$$= 231.026(1+0.0204)^1$$

$$= 235.739$$

$$Pf_{2011} = 235.739 \text{ PEA de la ciudad de Cuenca, provincia del Azuay}$$

Para obtener el tamaño de la muestra se aplicó la siguiente fórmula:

$$n = \frac{N}{1 + (e)^2 \cdot N} =$$

n= Tamaño de la Muestra

N= 235.739 Población Económicamente Activa (PEA)

e = 5% margen de error

$$n = \frac{235.739}{1 + (0.05)^2 \cdot 235.739} = 399$$

Tamaño de la muestra = 399 encuestas por aplicar

LAS 399 ENCUESTAS SE DISTRIBUYERON PARA LAS DISTINTAS PARROQUIAS DE LA CIUDAD DE CUENCA, DE LA SIGUIENTE MANERA:

DISTRIBUCION DE LAS ENCUESTAS PARA LA POBLACIÓN DE LAS PARROQUIAS DE LA CIUDAD DE CUENCA

Cuadro N° 2

PARROQUIAS DE CUENCA		
PARROQUIAS	HABITANTES	ENCUESTAS
Bellavista	11.365	19
Cañaribamba	7.367	12
El Batán	8.581	15
Machángara	5.099	9
Monay	8.594	15
El Vecino	36.801	62
Totoracocha	15.197	25
Yanuncay	13.777	23
Huayna Cápac	14.134	24
Ramírez Dávalos	13.438	23
Sagrario	25.207	43
San Blas	22.982	39
San Sebastián	28.054	48
Sucre	20.668	35
Hermano Miguel	4.475	7
TOTAL		399

Fuente: Tribunal Electoral del Azuay (TEA)

Autora: Sonia Montero

RESULTADOS

f) RESULTADOS

ENCUESTAS A DEMANDANTES

1.- ¿Conoce usted los Spa?

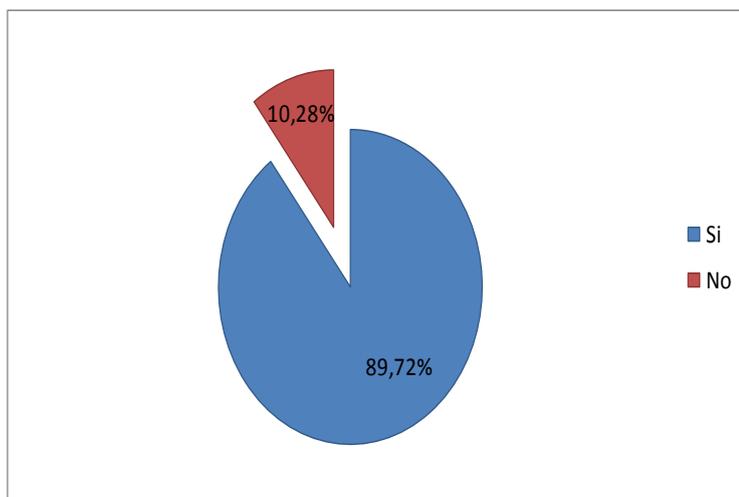
Cuadro N° 3

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
SI	358	89,72%
NO	41	10,28%
TOTALES	399	100%

Fuente: Encuesta Directa

Elaboración: La Autora

Gráfico N° 1



INTERPRETACIÓN

Al realizar esta pregunta el 89,72% que corresponde a 358 encuestados dijeron que si conocen los spa y el 10,28% que son 41 encuestados dijeron no conocerlos, al obtener estos resultados debo indicar que es muy favorable porque la mayoría han ido a un Spa y conocen los servicios que estos prestan.

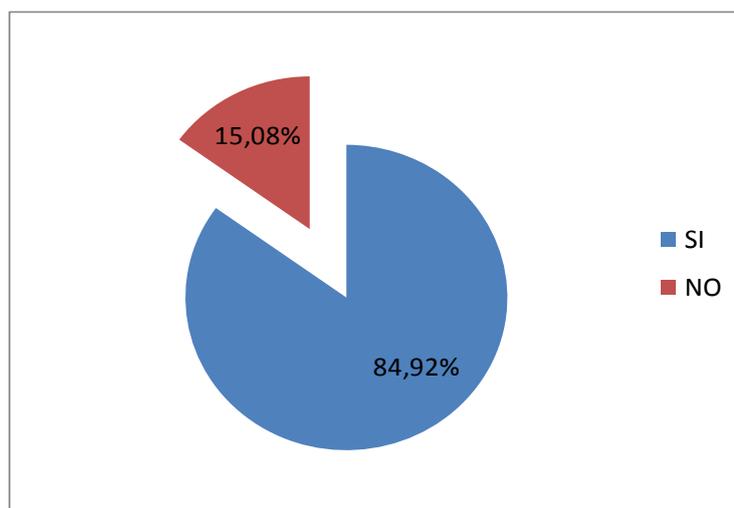
2.- ¿Ha requerido usted de los servicios de un Spa?

Cuadro N° 4

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
SI	304	84,92%
NO	54	15,08%
TOTALES	358	100%

Fuente: Encuesta Directa
Elaboración: La Autora

Gráfico N° 2



INTERPRETACIÓN

En esta pregunta 304 encuestados que son el 84,92% dijeron que si han requerido de los servicios de un spa y 54 encuestados que corresponden al 15,08%, respondieron que aunque lo conocen no han utilizado este servicio, siendo positivo porque este resultado demuestra que si existe gran demanda de los servicios de Spa.

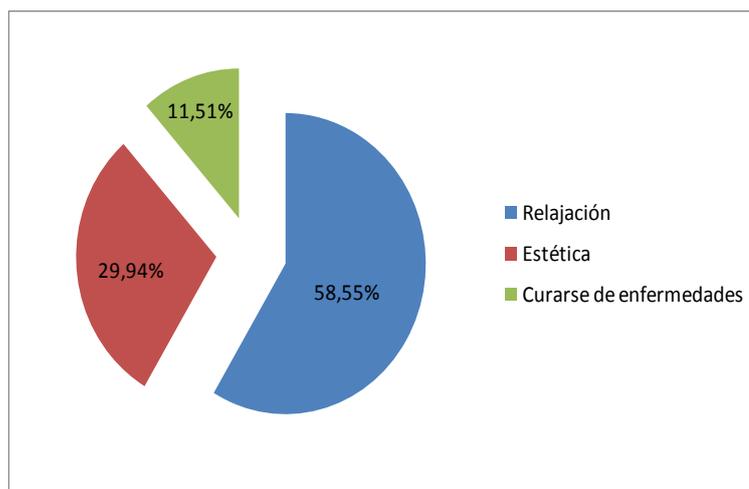
3.- ¿Por qué prefiere utilizar los servicios de un Spa? ¿Por?

Cuadro N° 5

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Relajación	178	58,55%
Estética	91	29,94%
Curarse de enfermedades	35	11,51%
TOTALES	304	100%

Fuente: Encuesta Directa
Elaboración: La Autora

Gráfico N° 3



INTERPRETACIÓN

En cuanto a esta pregunta, 178 encuestados que corresponden al 58,55% dijeron que prefieren utilizar un Spa para relajarse; 91 encuestados que son el 29,94% respondieron que utilizan estos servicios por estética y 35 que es el 11,51% dijeron que prefieren los spa porque en ellos pueden curarse de enfermedades, lo que nos demuestra que la mayoría de los encuestados

utilizan los Spa para relajarse debido al alto grado de estrés que sufren las personas hoy en día y a la vida acelerada que llevamos.

4.- ¿Cuántas veces en el mes ha requerido de los servicios de un Spa?

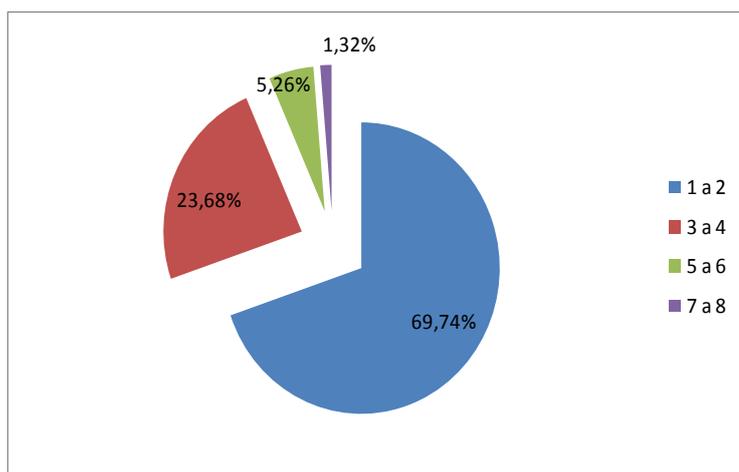
Cuadro N° 6

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
1 – 2	212	69,74%
3 – 4	72	23,68%
5 – 6	16	5,26%
7 – 8	4	1,32%
TOTALES	304	100%

Fuente: Encuesta Directa

Elaboración: La Autora

Gráfico N° 4



INTERPRETACIÓN

En referencia a esta pregunta 212 encuestados que son el 69,74%, manifestaron que han utilizado los servicios de un spa de una a dos veces en el mes, 72 encuestados que representan 23,68% indicaron, que han requerido de un spa de tres a cuatro veces en el mes, 16 encuestados que son el 5,26% dijeron que han utilizado los servicios de un spa de cinco a seis veces al mes y 4 que representan al 1,32% manifestaron que han requerido de un spa de siete a ocho veces al mes; demostrando que la mayoría de

encuestados entre hombres y mujeres utilizan los servicios de los Spa, pero no van constantemente.

5.- ¿Si se implementara en la ciudad de Cuenca una nueva empresa de servicios de Spa, estaría usted dispuesto a utilizar los servicios de esta empresa, si le ofreciera calidad en el servicio, precios bajos y servicios como masajes, hidromasajes y sauna?

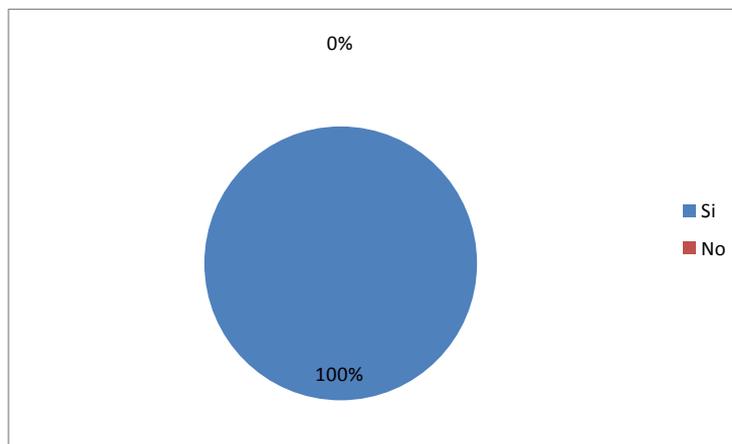
Cuadro N° 7

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
SI	304	100%
NO	0	0%
TOTALES	304	100%

Fuente: Encuesta Directa

Elaboración: La Autora

Gráfico N° 5



INTERPRETACIÓN

Al realizar esta pregunta los 304 encuestados que representan el 100% comentaron que sí estarían dispuestos a utilizar los servicios de una nueva empresa de Spa, si les ofrecieran calidad en el servicio, precios bajos y servicios como masajes, hidromasajes y saunas, siendo positivo porque

existe la posibilidad de que estos demandantes utilicen los servicios de la nueva empresa de Spa.

6.- ¿Qué servicios adicionales le gustaría que ofrezca la nueva empresa de Spa a sus clientes? Marque una opción.

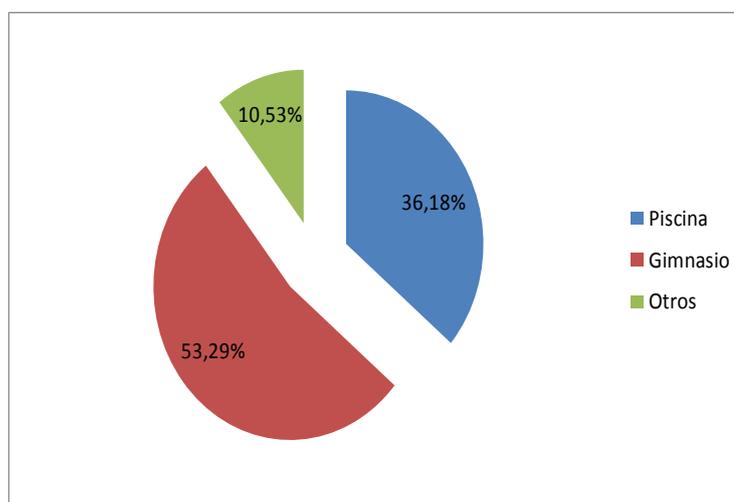
Cuadro N° 8

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Piscina	110	36,18%
Gimnasio	162	53,29%
Otros	32	10,53%
TOTALES	304	100%

Fuente: Encuesta Directa

Elaboración: La Autora

Gráfico N° 6



INTERPRETACIÓN

Con respecto a esta pregunta 110 encuestados entre hombres y mujeres que representan al 36,18%, manifestaron que como servicio adicional les gustaría que la nueva empresa les ofrezca el servicio de piscina, 162 encuestados que son el 53,29% les gustaría que el nuevo Spa les ofrezca además el servicio de gimnasio y 32 que representa al 10,53%, dijeron que

les gustaría otros servicios como cafetería, guardería, bailoterapia, yoga, recomendaciones sobre alimentación nutricional. Lo que indica que los demandantes prefieren ejercitarse primero en el gimnasio y luego utilizar los servicios del Spa.

7.- ¿Por quién le gustaría ser atendido en la nueva empresa de servicios de Spa?

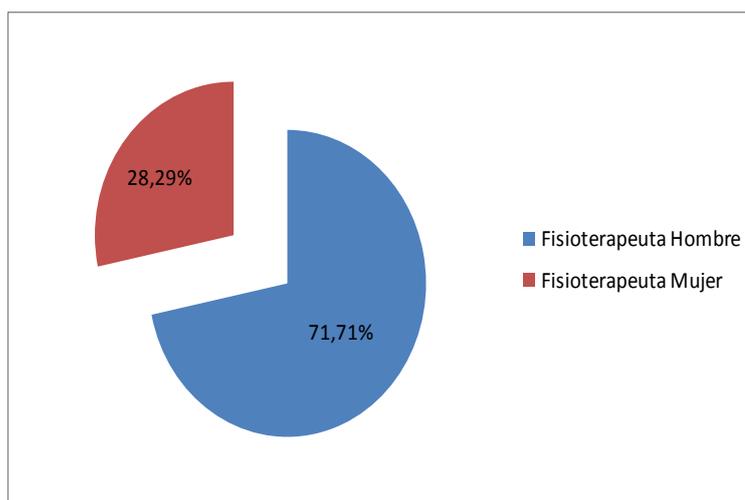
Cuadro N° 9

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Fisioterapeuta Hombre	218	71,71%
Fisioterapeuta Mujer	86	28,29%
TOTALES	304	100%

Fuente: Encuesta Directa

Elaboración: La Autora

Gráfico N° 7



INTERPRETACIÓN

A esta pregunta 218 encuestados entre hombres y mujeres que son el 71,71% respondieron que les gustaría ser atendidos por una fisioterapeuta mujer y 86 encuestados que representan al 28,29% desean ser atendidos por un fisioterapeuta hombre, lo que demuestra que la mayoría de los demandantes prefieren ser atendidos por una mujer.

8.- Indique en que parroquia de la ciudad de Cuenca le gustaría que esté ubicado el nuevo Spa.

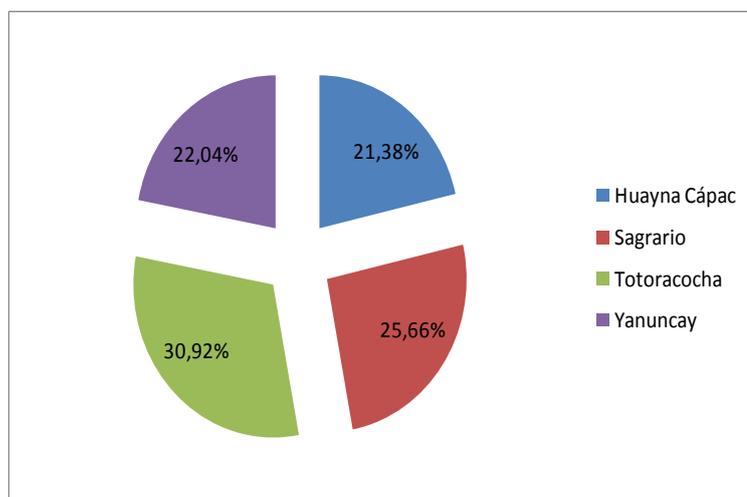
Cuadro N° 10

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Huayna Cápac	65	21,38%
Sagrario	78	25,66%
Totoracocha	94	30,92%
Yanuncay	67	22,04%
TOTALES	304	100%

Fuente: Encuesta Directa

Elaboración: La Autora

Gráfico N° 8



INTERPRETACIÓN

En esta pregunta 78 encuestados que son el 25,66% les gustaría que el nuevo Spa estuviera ubicado en la parroquia el Sagrario de la ciudad de Cuenca, el 21,38% que corresponde a 65 encuestados dijeron que prefieren que esta empresa se ubique en la parroquia Huayna Cápac, 94 encuestados que son el 30,92% manifestaron que la nueva empresa debería instalarse en

la parroquia Totoracocha y 67 encuestados que representan al 22,04% comentaron que les gustaría que esta nueva empresa de Spa se instalase en la parroquia Yanuncay; lo que demuestra mediante los resultados obtenidos que los demandantes prefieren que el nuevo Spa, esté ubicado en la parroquia Totoracocha ya que es un sector accesible y comercial.

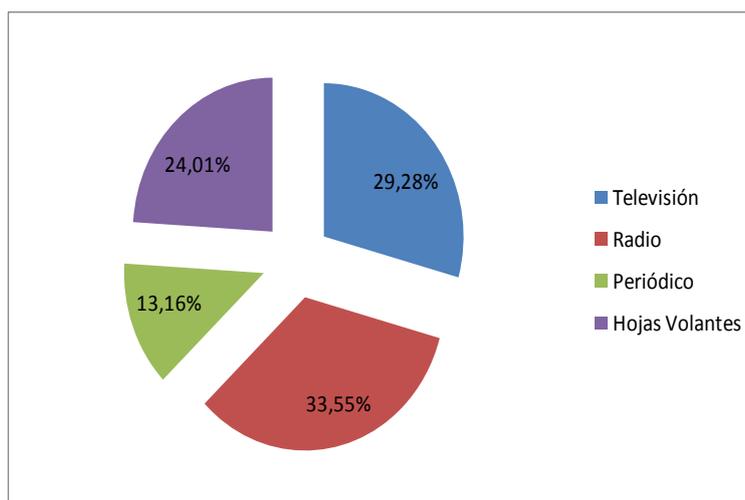
9.- ¿Por qué medio de publicidad le gustaría conocer este nuevo servicio de Spa? Marque sólo una de las siguientes opciones.

Cuadro N° 11

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Televisión	89	29,28%
Radio	102	33,55%
Periódico	40	13,16%
Hojas Volantes	73	24,01%
TOTALES	304	100%

Fuente: Encuesta Directa
Elaboración: La Autora

Gráfico N° 9



INTERPRETACIÓN

En esta pregunta 89 encuestados que es el 29,28% respondieron que les gustaría conocer este nuevo servicio de Spa por medio de la televisión (canal Unsión, canal Telerama o canal Telecuenca) y uno de los canales preferidos de los encuestados fue Telerama, 102 que corresponde al 33,55% de los encuestados quieren conocer los servicios que ofrecerá el nuevo Spa mediante la radio (Cómplice FM, W Radio, FM88, La Roja o La Mega) y la

emisora que tuvo mayor aceptación entre los encuestados fue FM88, 40 encuestados que corresponden al 13,16% manifestaron que les gustaría conocer acerca del nuevo Spa por medio del periódico (Mercurio o Tiempo) y el que prefieren es el Mercurio y por último 73 encuestados que representan al 24,01% prefieren las hojas volantes; lo que me demuestra mediante los resultados obtenidos que la mayoría de los encuestados quieren que la nueva empresa de Spa se publicite por medio de la radio y en la emisora FM88 de Cuenca.

10.- ¿Qué precio pagaría usted en un nuevo Spa, donde le ofrezcan calidad en el servicio de masajes corporales, hidromasaje y sauna?

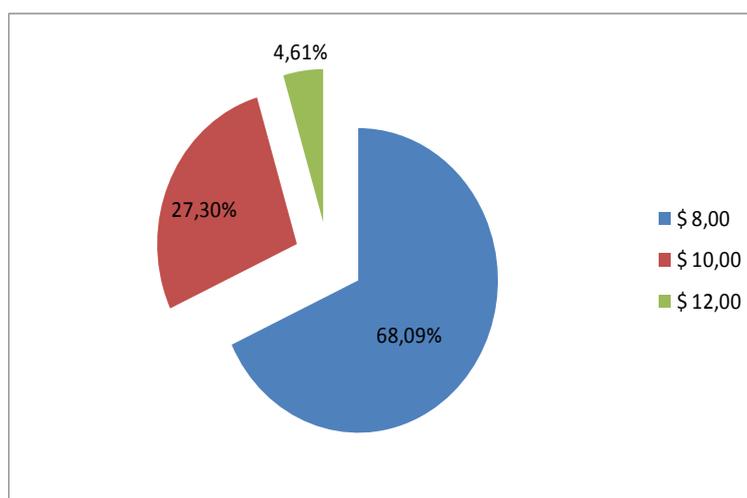
Cuadro N° 12

Masajes Corporales	Frecuencia	Porcentaje
\$ 8,00	207	68,09%
\$ 10,00	83	27,30%
\$ 12,00	14	4,61%
TOTALES	304	100%

Fuente: Encuesta Directa

Elaboración: La Autora

Gráfico N° 10



INTERPRETACIÓN

La respuesta que obtuve por esta pregunta fue, que el 68,09% que representa a 207 encuestados pagaría por el servicio de masajes corporales el precio de \$8,00 (ocho dólares americanos), el 27,30% que corresponde a 83 encuestados dijeron que pagarían \$10 (diez dólares americanos) y el 4,61% que representa a 14 encuestados respondieron que pagarían por este servicio \$12 (doce dólares americanos); demostrándome que los

demandantes prefieren el precio más bajo, porque es más accesible a pagarlo.

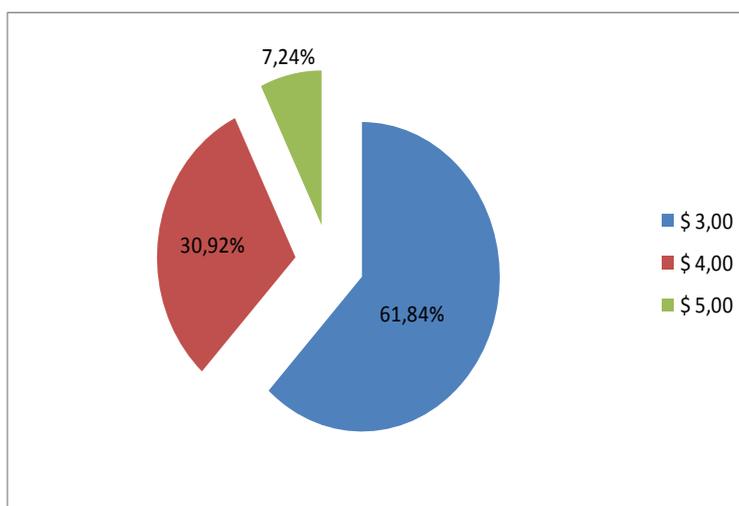
Cuadro N° 13

Hidromasaje	Frecuencia	Porcentaje
\$ 3,00	188	61,84%
\$ 4,00	94	30,92%
\$ 5,00	22	7,24%
TOTALES	304	100%

Fuente: Encuesta Directa

Elaboración: La Autora

Gráfico N° 11



INTERPRETACIÓN

Como podemos observar en el cuadro el 61,84% que representan a 188 encuestados respondieron que pagarían por el servicio de hidromasaje el precio de \$3,00 (tres dólares americanos), el 30,92% que son 94 encuestados dijeron que pagarían \$4,00 (cuatro dólares americanos) y el 7,24% que representa a 22 encuestados respondieron que cancelarían por

este servicio \$5,00 (cinco dólares americanos); lo que demuestra que la mayor parte de encuestados pagarían el precio más bajo.

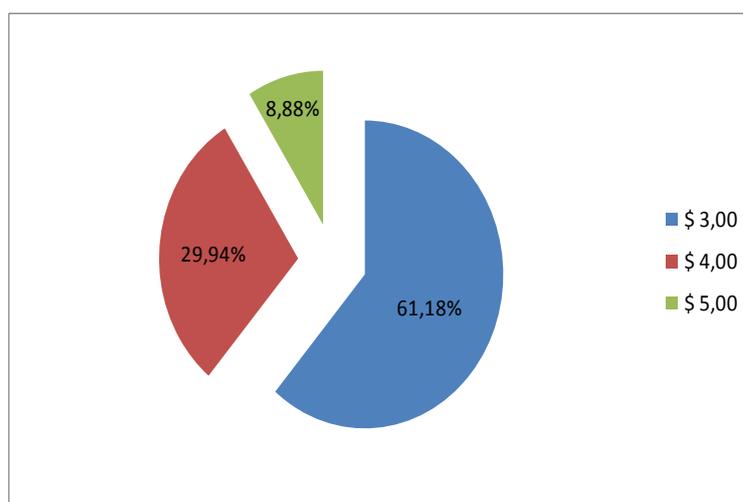
Cuadro N° 14

Sauna	Frecuencia	Porcentaje
\$ 3,00	186	61,18%
\$ 4,00	91	29,94%
\$ 5,00	27	8,88%
TOTALES	304	100%

Fuente: Encuesta Directa

Elaboración: La Autora

Gráfico N° 12



INTERPRETACIÓN

Como podemos observar en el cuadro el 61,18% que representan a 186 encuestados respondieron que pagarían por el servicio de sauna el precio de \$3,00 (tres dólares americanos), el 29,94% que son 91 encuestados dijeron que pagarían \$4,00 (cuatro dólares americanos) y el 8,88% que representa a 27 encuestados respondieron que cancelarían por este servicio \$5,00 (cinco

dólares americanos); lo que demuestra según estos resultados que la mayoría de encuestados prefieren pagar el precio más bajo.

11.- ¿Cuál de estas promociones le gustaría que la nueva empresa de servicios de Spa ofrezca a sus clientes? Escoja una de las siguientes opciones.

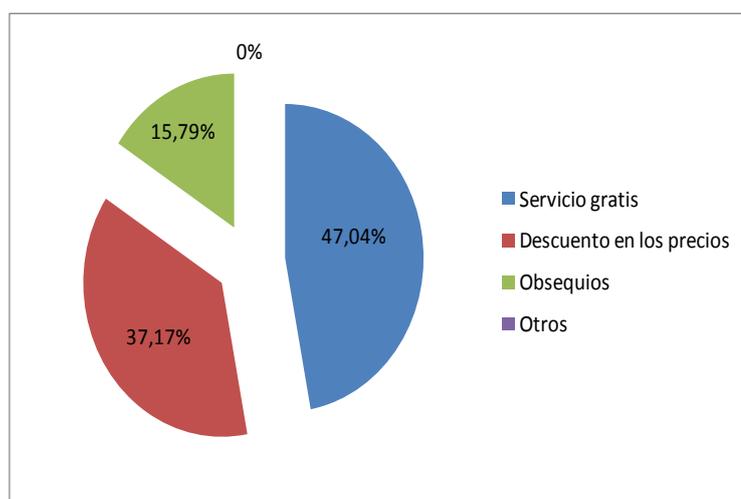
Cuadro N° 15

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Servicio gratis	143	47,04%
Descuento en los precios	113	37,17%
Obsequios	48	15,79%
Otros	0	0%
TOTALES	304	100%

Fuente: Encuesta Directa

Elaboración: La Autora

Gráfico N° 13



INTERPRETACIÓN

Al realizar esta pregunta 143 encuestados que representan al 47,04% respondieron que la promoción que les gustaría que ofrezca la nueva empresa de servicios de Spa a sus clientes es un servicio gratis (masaje, hidromasaje o sauna), prefiriendo el sauna, 113 encuestados que es el 37,17% les gustaría que les den descuentos en los precios (5%, 10% o

15%) y el descuento que prefieren es el 15% y 48 encuestados que representan al 15,79% quieren recibir de promoción obsequios (toalla para el cuerpo, esencias o jabones para baño) y lo que prefirieron fueron las esencias; estos resultados indican que a la mayoría de los encuestados les gustaría recibir como promoción el servicio de sauna gratis.

ENTREVISTA A OFERENTES

Las entrevistas fueron realizadas a los representantes legales de las doce empresas que prestan los servicios de Spa en la ciudad de Cuenca y las preguntas formuladas fueron las siguientes:

1.- ¿Qué servicios ofrece su Spa a los clientes?

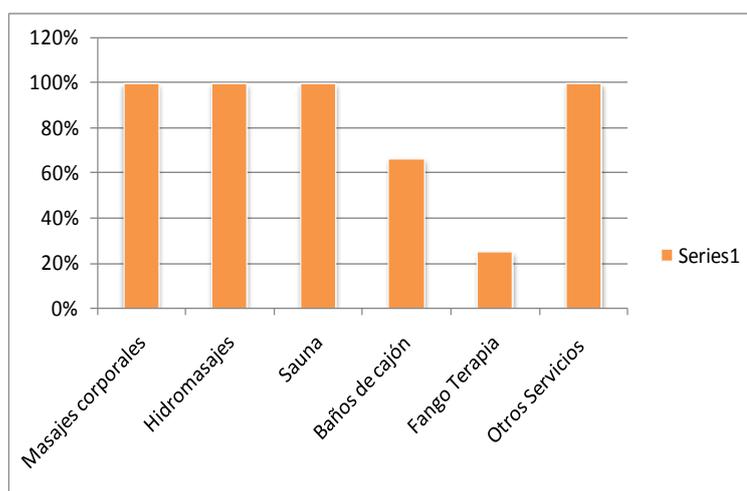
Cuadro N° 16

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Masajes corporales	12	100%
Hidromasajes	12	100%
Sauna	12	100%
Baños de cajón	8	66,67%
Fango Terapia	3	25%
Otros Servicios	12	100%

Fuente: Entrevista Directa

Elaboración: La Autora

Gráfico N° 14



INTERPRETACIÓN

El 100% de los oferentes respondieron que ellos ofrecen a sus clientes servicios como, masajes corporales, hidromasaje, sauna, entre otros servicios (peluquería, gimnasio, tratamientos faciales, depilaciones), el 66,67% de ellos ofrece además a sus clientes baños de cajón y el 25% de ellos ofrecen también el servicio de fango terapia.

2.- ¿Qué servicios son los más utilizados por su clientela?

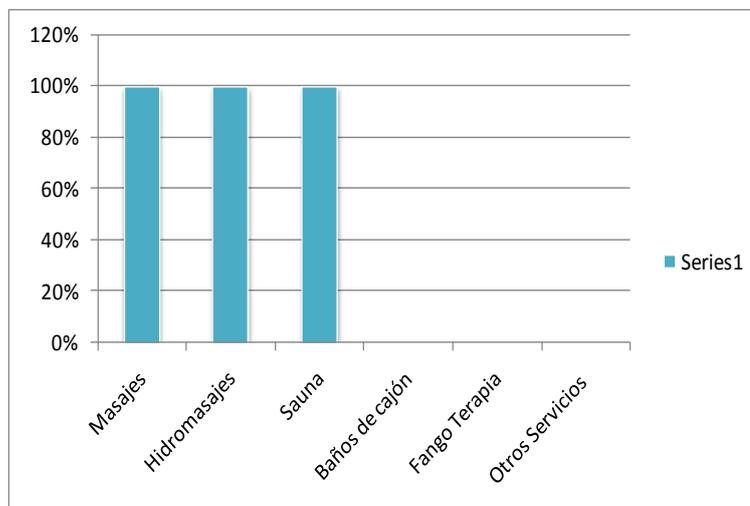
Cuadro N°17

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Masajes	12	100%
Hidromasajes	12	100%
Sauna	12	100%
Baños de cajón	0	0%
Fango Terapia	0	0%
Otros Servicios	0	0%

Fuente: Entrevista Directa

Elaboración: La Autora

Gráfico N° 15



INTERPRETACIÓN

Los 12 oferentes, que corresponden al 100% respondieron que los servicios más utilizados por los hombres y las mujeres son los masajes corporales, hidromasajes y sauna, porque estos servicios son los que más les ayudan a los clientes a relajarse y eliminar el estrés.

3.- ¿Cuál es el coste que cobra por los servicios de su Spa?

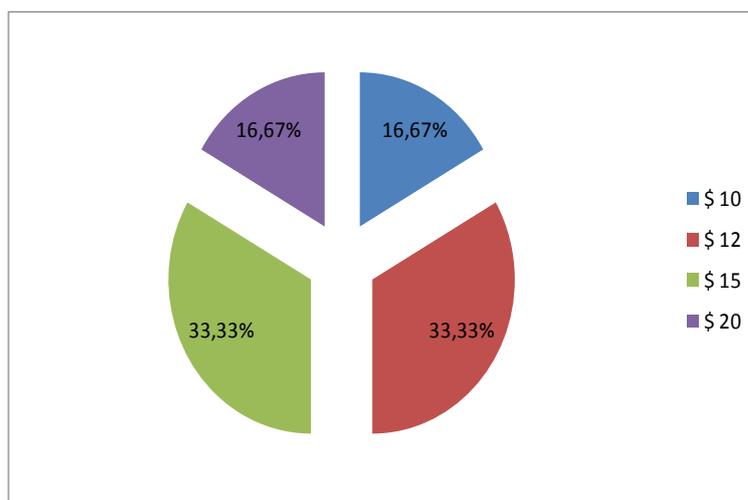
Cuadro N° 18

Masajes Corporales	Frecuencia	Porcentaje
\$ 10	2	16,67%
\$ 12	4	33,33%
\$ 15	4	33,33%
\$ 20	2	16,67%
TOTALES	12	100%

Fuente: Entrevista Directa

Elaboración: La Autora

Gráfico N° 16



INTERPRETACIÓN

A esta pregunta el 16,67% que corresponde a 2 oferentes respondieron que cobran por el servicio de masajes corporales \$10,00, 4 oferentes que corresponde al 33,33% dijeron que cobran \$12,00, el 33,33% que representa a 4 oferentes comentaron que cobran por este servicio \$ 15,00 y el 16,67% que corresponde a 2 oferentes cobran por los masajes corporales \$ 20,00, lo que demuestra que existe variedad en los precios.

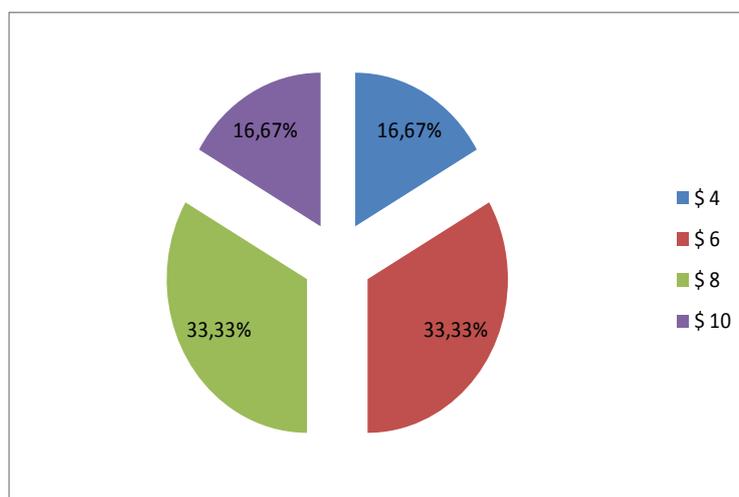
Cuadro N° 19

Hidromasaje	Frecuencia	Porcentaje
\$ 4	2	16,67%
\$ 6	4	33,33%
\$ 8	4	33,33%
\$ 10	2	16,67%
TOTALES	12	100%

Fuente: Entrevista Directa

Elaboración: La Autora

Gráfico N° 17



INTERPRETACIÓN

El 16,67% que corresponde a 2 oferentes, comentaron que por el servicio de hidromasaje cobran \$4,00, el 33,33% que corresponde a 4 oferentes respondieron que cobran \$6,00, 4 oferentes que representan al 33,33% dijeron que cobran por este servicio \$ 8,00 y el 16,67% que corresponde a 2 oferentes cobran por el uso del hidromasaje \$ 10,00, existiendo gran variedad en los precios por este servicio.

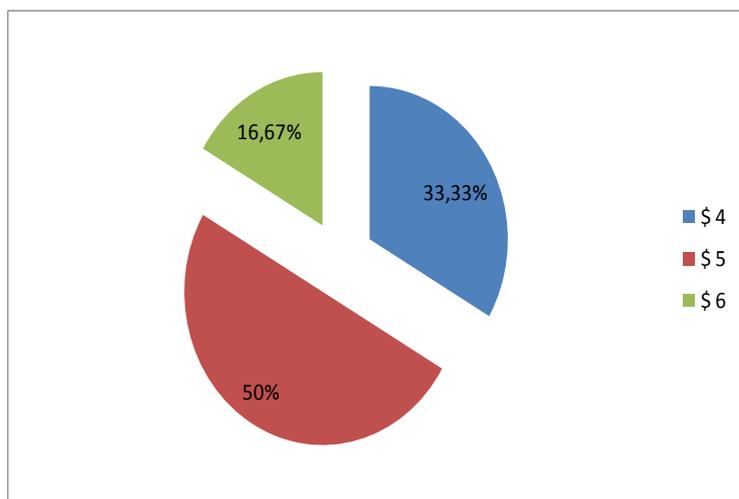
Cuadro N° 20

Sauna	Frecuencia	Porcentaje
\$ 4	4	33,33%
\$ 5	6	50%
\$ 6	2	16,67%
TOTALES	12	100%

Fuente: Entrevista Directa

Elaboración: La Autora

Gráfico N° 18



INTERPRETACIÓN

En cuanto a esta pregunta 4 oferentes que corresponden al 33,33% respondieron que ellos cobran por el servicio de sauna \$ 4,00, 6 de los oferentes que son el 50 % comentaron que cobran \$ 5,00 y el 16,67% que representa a 2 oferentes cobran por este servicio \$ 6,00, de igual manera estos resultados demuestran que existe variedad en los precios.

4.- ¿Cuál es la cantidad en servicios de masajes, hidromasajes y sauna que atiende diariamente su empresa?

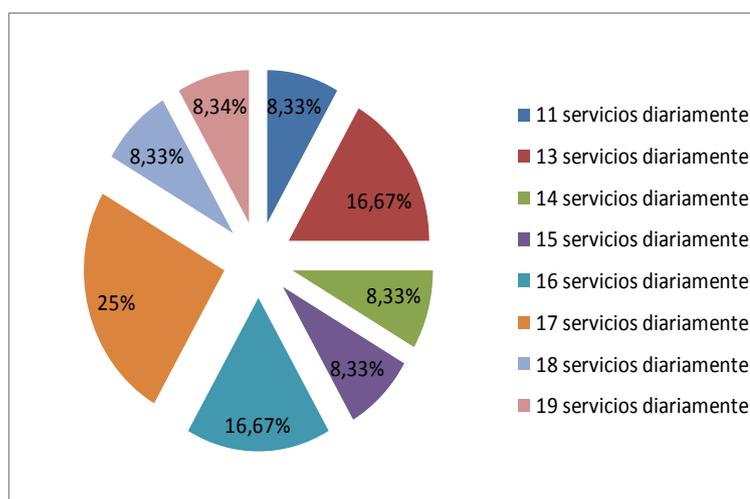
Cuadro N° 21

OFERENTES	MASAJES CORPORALES	HIDROMASAJES	SAUNA	TOTAL DE SERVICIOS X DÍA
REIKI NONA	5	6	4	15
BODY CARE SPA & GYM S.A.	6	5	6	17
PELUQUERIA -GABINETE DE BELLEZA Y SPA	4	4	3	11
PIEDRA DE AGUA	8	6	5	19
CENTRO DE ESTÉTICA SPA	5	4	4	13
ARMONIA CENTRO TERMOTERAPIA	6	5	5	16
RB SPA Y ESTILISMO	5	4	4	13
SPA SOLÉ	6	5	3	14
SHIATSU SALA DE TERMO-MASAJE	7	5	5	17
TERAP Y RELAX	6	6	5	17
SALÓN DE ADELGAZAMIENTO Y DE MASAJE	7	5	4	16
SPA SILOUHETTE	7	5	6	18

Fuente: Entrevistas Directa

Elaboración: La Autora

Gráfico N° 19



INTERPRETACIÓN

A esta pregunta el 8,33% que corresponde a 1 oferente respondió que su empresa (PELUQUERÍA - GABINETE DE BELLEZA Y SPA) atiende un promedio de 11 servicios por día, el 16,67% que representa a 2 oferentes (CENTRO DE ESTÉTICA SPA Y RB SPA ESTILISMO) dijeron que tienen un promedio de 13 servicios al día, 1 oferente que corresponde al 8,33% (SPA SOLÉ) atiende un promedio de 14 servicios por día, 1 oferente que representa al 8,33% (REIKI NONA) atiende diariamente un promedio de 15 servicios, 2 oferentes que corresponde al 16,67% (ARMONÍA CENTRO DE TERMOTERAPIA y SALÓN DE ADELGAZAMIENTO Y MASAJE) atienden un promedio de 16 servicios diariamente, el 25% que representa a 3 oferentes (BODY CARE SPA & GYM S.A., SHIATSU SALA DE TERMO-MASAJE , TERAP Y RELAX) dijeron que ellos atienden un promedio de 17 servicios al día, 1 oferente que corresponde al 8,33% (SPA SILOUHETTE) atiende diariamente un promedio de 18 servicios y 1 oferente que representa al 8,34% (PIEDRA DE AGUA) dijo que ellos atienden un promedio de 19 servicios por día en lo que se refiere a los servicios de masajes, hidromasaje y sauna.

5. - ¿Qué promociones utiliza para ofertar sus productos a los clientes?

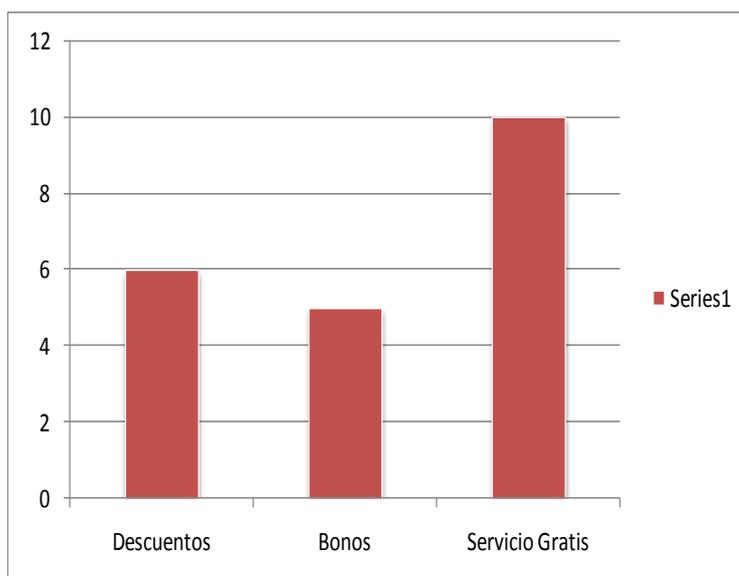
Cuadro N° 22

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Descuentos	6	50%
Bonos	5	41,67%
Servicio Gratis	10	83,33%

Fuente: Entrevista Directa

Elaboración: La Autora

Gráfico N° 20



INTERPRETACIÓN

En cuanto a esta pregunta los 12 oferentes respondieron que promocionan su spa ofreciendo descuentos, bonos y servicios gratis, cabe indicar que algunos de ellos ofrecen dos o tres promociones, entonces se obtuvieron 6 respuestas que corresponde al 50% de ellos, los cuales indican que se promocionan ofreciendo descuentos (los oferentes manifestaron que ofrecen

hasta el 10% de descuento a sus clientes cuando utilizan tres servicios al día), 5 respuestas que representa al 41,67% indican que ofrecen bonos (los oferentes lo aplican hasta un monto de \$10,00, para que los clientes lo utilicen en cualquiera de sus servicios), 10 respuestas que representan al 83,33% de los oferentes, indican que ofrecen un servicio gratis (esta promoción es más utilizada porque la ofrecen mediante concursos radiales).

6.- ¿Qué medios de comunicación utiliza para ofertar los servicios de su Spa?

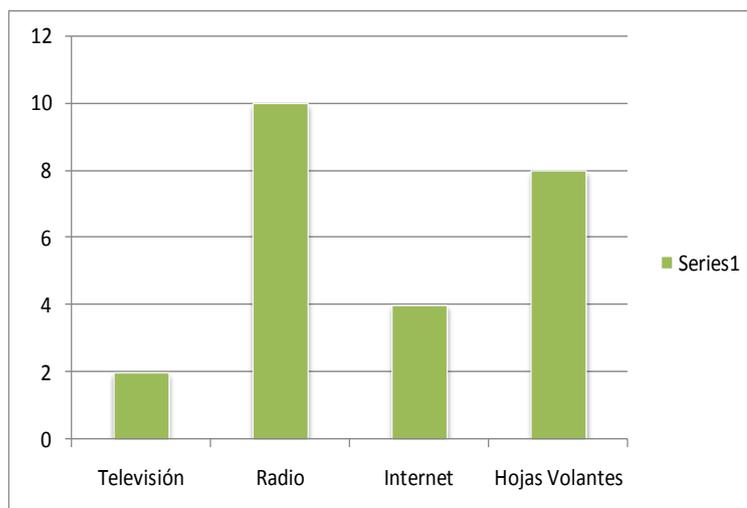
Cuadro N° 23

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Televisión	2	16,67%
Radio	10	83,33%
Internet	4	33,33%
Hojas Volantes	8	66,67%

Fuente: Entrevista Directa

Elaboración: La Autora

Gráfico N° 21



INTERPRETACIÓN

Con referencia a esta pregunta los 12 oferentes respondieron que utilizan dos hasta 3 medios de comunicación para ofertar sus servicios de Spa, mediante los resultados obtenidos del cuadro anterior podemos observar 2 respuestas que corresponden al 16,67% de ellos, que utilizan la televisión

como medio para publicitar sus servicios, 10 respuesta se son el 83,33% de ellos respondieron que el medio que utilizan es la radio, 4 respuestas que corresponden al 33,33% dijeron que el medio de comunicación que ellos utilizan es el internet y 8 respuestas que corresponden al 66,67% de los oferentes utilizan las hojas volantes para dar a conocer sus servicios.

7.- ¿Cuál es el horario de atención que ofrece su empresa a la clientela?

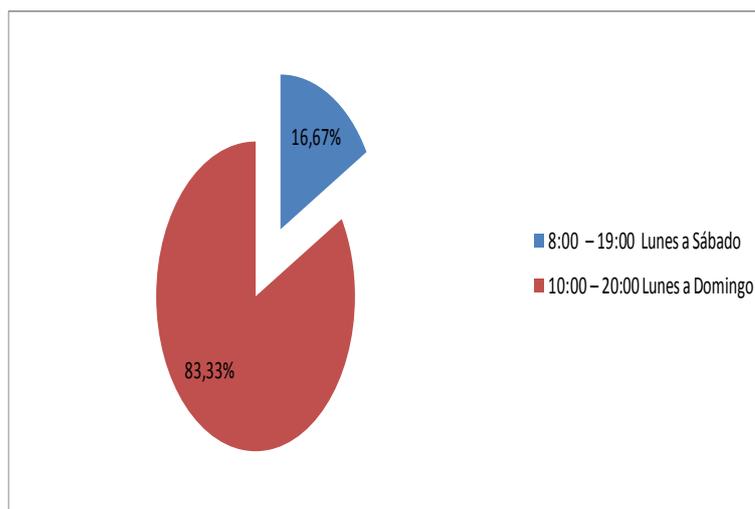
Cuadro N° 24

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
8:00 – 19:00 Lunes a Sábado	2	16,67%
10:00 – 20:00 Lunes a Domingo	10	83,33%
TOTALES	12	100%

Fuente: Entrevista Directa

Elaboración: La Autora

Gráfico N° 22



INTERPRETACIÓN

En cuanto a esta pregunta 2 de los oferentes que corresponden al 16,67% dijeron que ellos brindan un horario de atención de 8h00 a 19h00 de lunes a sábado y 10 de ellos que representan al 83,33% comentaron que su horario de atención es de 10h00 a 20h00 de lunes a domingo, siendo un horario bastante aceptado por su clientela.

DISCUSIÓN

g) DISCUSIÓN

1. ESTUDIO DE MERCADO

Al haber estudiado el mercado he podido obtener la suficiente información en cuanto al producto (servicios), precio, plaza y promociones que los demandantes prefieren y les gusta de los Spa; mediante esta información se obtendrá la demanda potencial, demanda real y la demanda efectiva; además se conocerá lo que ofrece la competencia y la cantidad de servicio ofertado. Al obtener los resultados de la demanda y la oferta se podrá analizar si existe demanda insatisfecha en el mercado.

Mediante la información que se obtuvo de la entrevista a los oferentes, en el estudio de mercado mediante pregunta N° 2, se pudo observar que los servicios más utilizados por los demandantes son los masajes corporales, hidromasaje y sauna, por lo tanto para este proyecto se tomará en cuenta sólo los tres servicios antes mencionados, porque son los más utilizados por los clientes.

DETERMINACIÓN DE LA DEMANDA POTENCIAL

Para obtener la demanda potencial se multiplicó el total de personas económicamente activas de la ciudad de Cuenca, por el porcentaje obtenido de la encuesta realizada mediante pregunta N° 1, a los demandantes que sí (89,72%) conocen los Spa.

N= 235.739 Población económicamente activa Cuenca

Demanda Potencial = 235.739 x 89,72 %=

Demanda Potencial = 211.505

DETERMINACIÓN DE LA DEMANDA REAL

Para obtener la demanda real se multiplicó la cantidad obtenida en la demanda potencial (211.505 personas) por el porcentaje obtenido de la encuesta a los demandantes según pregunta N° 2, que si (84,92%) han requerido de los servicios de un Spa.

Demanda Real = 211.505 x 84,92%

Demanda Real = 179.610

DETERMINACIÓN DE LA DEMANDA EFECTIVA

Para obtener la demanda efectiva, en primer lugar se obtuvo un promedio para conocer cuántas veces en el mes, han requerido los clientes los servicios de un Spa, según pregunta N° 4 de la encuesta.

Cuadro N° 25

¿Cuántas veces en el mes ha requerido de los servicios de un spa?	Frecuencia	Porcentaje	Xm	fxm
1 – 2	212	69,74%	1,5	318
3 – 4	72	23.68%	3,5	252
5 – 6	16	5,26%	5,5	88
7 – 8	4	1,32%	7,5	30
TOTAL	304	100%		688

Elaborado: La Autora

$$Fxm = \frac{\sum fxm}{n} = \frac{688}{304} = 2 \text{ veces al mes}$$

2 veces x 12 meses= 24 veces al año

R// 24 veces por año

Luego para obtener la demanda efectiva se multiplicó la demanda real (179.610) por la cantidad de servicio requerido al año (24 veces).

$$\text{Demanda Efectiva Anual} = 179.610 \times 24 = \mathbf{4.310.640 \text{ veces al año}}$$

Este proyecto se lo estudiará para cinco años, entonces para proyectar la demanda efectiva anual, se tomará del INEC la tasa de crecimiento anual que es del 3,80%.

PROYECCIÓN DEMANDA EFECTIVA ANUAL

Cuadro N° 26

AÑO	DEMANDA
0	4.310.640
1	4.474.444
2	4.644.473
3	4.820.963
4	5.004.160
5	5.194.318

Elaborado: La Autora

DETERMINACIÓN DE LA OFERTA

Para obtener la cantidad total de servicios anuales que prestan las empresas de Spa en la ciudad de Cuenca, se multiplicó las cantidades diarias por 30 días (un mes) y luego por 12 meses (un año), cabe indicar que dos empresas trabajan de lunes a sábado, por lo tanto se multiplicó por 26 días y por 12 meses, información que se obtuvo de la entrevista, mediante pregunta N° 4.

Cuadro N° 27

OFERENTES	SERVICIOS X DÍA	SERVICIOS X MES	SERVICIOS X AÑO
REIKI NONA	15	450	5.400
BODY CARE SPA & GYM S.A.	17	510	6.120
PELUQUERIA-GABINETE DE BELLEZA Y SPA	11	286	3.432
PIEDRA DE AGUA	19	570	6.840
CENTRO DE ESTÉTICA SPA	13	338	4.056
ARMONIA CENTRO TERMOTERAPIA	16	480	5.760
RB SPA Y ESTILISMO	13	390	4.680
SPA SOLÉ	14	420	5.040
SHIATSU SALA DE TERMO- MASAJE	17	510	6.120
TERAP Y RELAX	17	510	6.120
SALÓN DE ADELGAZAMIENTO Y DE MASAJE	16	480	5.760
SPA SILOUHETTE	18	540	6.480
TOTAL			65.808

Fuente: Cuadro N° 21

Elaboración: La Autora

DEMANDA INSATISFECHA

Para determinar si existe demanda insatisfecha en el mercado, se hizo una diferencia entre la oferta y la demanda.

Para proyectar la oferta anual se consideró la tasa de crecimiento económica del 2,9% anual, información obtenida del Sistema de Rentas Internas (SRI).

$$65.808 \times 2,9\% = 1.908 + 65.808 = 67.716.$$

BALANCE OFERTA – DEMANDA

CALCULO DE LA DEMANDA INSATISFECHA Y PROYECCIÓN

Cuadro N° 28

AÑO	DEMANDA EFECTIVA ANUAL	OFERTA ANUAL DE SERVICIOS	DEMANDA INSATISFECHA
0	4.310.640	65.808	4.244.832
1	4.474.444	67.716	4.406.728
2	4.644.473	69.680	4.574.793
3	4.820.963	71.701	4.749.262
4	5.004.160	73.780	4.930.380
5	5.194.318	75.920	5.118.398

Fuente: Cuadro N° 26 y SRI tasa de crecimiento económica 2,9% anual

Elaboración: La Autora

PLAN DE COMERCIALIZACIÓN

Para realizar el plan de comercialización para la nueva empresa de servicio de Spa, se tomará en consideración los cuatro elementos del mercado que son producto, precio, plaza y promoción.

SERVICIO

La nueva empresa de Spa, ofrecerá al mercado de Cuenca los servicios de masajes corporales, hidromasajes y sauna, debido a que estos servicios tienen mayor demanda, información que se obtuvo de la entrevista a los oferentes mediante pregunta N° 2, nuestra clientela será atendida por profesionales los mismos que brindarán un servicio de calidad; esta empresa tendrá un horario de atención de lunes a domingo de 10:00 am a 20h00 pm, debido a que la mayoría de empresas que prestan estos servicios atienden en este horario, información obtenida de la entrevista a los oferentes mediante pregunta N° 7.

MASAJES



En el Spa nuestras fisioterapeutas ofrecerán los masajes corporales utilizando aceites especiales; se contratará con personal femenino debido a que la mayoría de encuestados prefieren ser atendidos por mujeres,

información obtenida de la encuesta a los demandantes mediante pregunta N° 7.

HIDROMASAJE



Estarán a disposición de nuestros clientes dos hidromasajes individuales que le ayudarán a eliminar el estrés y para lograr mayor relajamiento se utilizarán esencias especiales.

SAUNA



Además dispondremos de tres saunas los mismos que serán en forma de cabina, de material plástico e individual, con el propósito de darle al cliente un lugar privado y libre de toxinas.

PRECIO

En cuanto a los precios por los servicios que ofrecerá este Spa, se establecerán en referencia a la competencia, cobrando por un masaje

corporal de \$ 10,00 a \$20,00, por el servicio de hidromasaje de \$4,00 a \$10,00 y por el servicio de sauna de \$4 a \$6, cabe indicar que al realizar la encuesta los demandantes prefieren los precios más bajos, mediante información obtenida de la pregunta N° 10.

PLAZA Y DISTRIBUCIÓN

La nueva empresa de servicios se llamará “Renova Spa” y se la ubicará en la parroquia Totoracocha perteneciente a la ciudad de Cuenca, porque los demandantes la prefieren en este lugar, según información obtenida de la encuesta a los demandantes, mediante pregunta N° 8.

La comercialización de los servicios de esta nueva empresa será en forma directa esto quiere decir, de la empresa al cliente.



PROMOCIÓN Y PUBLICIDAD

Para promocionar esta empresa, se ofrecerá un servicio de sauna gratis a nuestros diez primeros clientes, ya que los demandantes prefieren esta promoción, información obtenida de la encuesta a los demandantes mediante pregunta N° 11.

Cuadro N° 29

Cantidad	Detalle	V. Unitario	V. Total
10	Servicio sauna gratis	4,00	40,00

Elaborado: La Autora

El medio de comunicación que se utilizará para dar a conocer los servicios que brindará esta nueva empresa de servicios de Spa será la radio, mediante cuñas radiales las mismas que saldrán cuatro veces de lunes a sábado, por un tiempo de tres meses en la emisora FM88, debido a que nuestros encuestados prefieren esta emisora, información que se obtuvo de la encuesta a los demandantes mediante pregunta N° 9.

CUÑA RADIAL EN FM88

“Renova Spa” una empresa pensando en su salud, le ofrece un momento de relajamiento mediante masajes corporales, hidromasajes y sauna, a precios increíbles, “Renova Spa” atenderá de lunes a domingo de 10h00 am a 20h00 pm...visítenos....

Cuadro N° 30

Descripción	Tiempo	Costo Mensual	Costo Anual
Publicidad cuña radial	3 meses	320,00	960,00

Elaborado: La Autora

COSTO TOTAL DEL PLAN DE COMERCIALIZACIÓN

Cuadro N° 31

DESCRIPCIÓN	COSTO
Servicio sauna gratis	40,00
Publicidad cuña radial	960,00
COSTO TOTAL	1000,00

Fuente: Cuadro N° 29 y 30

Elaborado: La Autora

ESTUDIO TÉCNICO Y ADMINISTRATIVO

ESTUDIO TÉCNICO

El estudio técnico de este proyecto comprenderá del estudio de los siguientes aspectos:

- Localización del proyecto.
- Tamaño del proyecto.
- Distribución de la planta.
- Ingeniería del Proyecto
- Organización Administrativa.

LOCALIZACIÓN DE LA EMPRESA

El estudio de localización se orienta a analizar las diferentes variables que determinan el lugar donde finalmente se ubicará el proyecto.

En cuanto a la localización, esta nueva empresa estará ubicada de forma macro y micro de la siguiente manera:

Macro localización

La empresa “Renova Spa” estará ubicada en la provincia del Azuay, en la ciudad de Cuenca.

PROVINCIA: AZUAY

CANTÓN: CUENCA

CIUDAD: CUENCA



FACTORES DE LOCALIZACIÓN

Las alternativas de instalación de la planta tienen como referencia de incluir los siguientes factores para la micro localización:

- Disponibilidad de la mano de obra: La mano de obra se la puede obtener mediante anuncios publicitarios de mayor circulación de la ciudad.
- Materiales: Existen proveedores que abastecen los materiales necesarios directamente en el local.
- Disponibilidad de local de arriendo: Existe disponibilidad de locales para la empresa.
- Disponibilidad de servicios básicos (agua, energía, teléfono, internet): estos se encuentran instalados en el local de arriendo.
- Accesibilidad de vías de comunicación: vías en perfecto estado, con acceso a la empresa.
- Medios de transporte: existen los suficientes medios de transporte que pueden acercar al cliente a la empresa.

- Disponibilidad para desprenderse de los desechos: Para el desprendimiento de los desechos se tiene a disposición el recolector de basura del EMAC de la Ilustre Municipalidad de Cuenca.

Cuadro N° 32

CALIFICACIÓN DE LAS ALTERNATIVAS DE UBICACIÓN

FACTORES DE LOCALIZACIÓN	PUNTAJE	A HUAYNA CÁPAC	B SAGRARIO	C TOTORACOCHA	D YANUNCAY
DISPONIBILIDAD DE SERVICIOS BÁSICOS	100	60	70	90	65
PROXIMIDAD Y DISPONIBILIDAD DE MATERIALES	100	50	80	80	60
DISPONIBILIDAD DE LOCALES DE ARRIENDO	100	40	60	80	50
DISPONIBILIDAD DE MANO DE OBRA	100	40	65	70	50
ACCESIBILIDAD DE VÍAS DE COMUNICACIÓN	100	50	70	85	55
MEDIOS DE TRANSPORTE	100	40	50	70	60
DISPONIBILIDAD PARA DESPRENDESE DE DESECHOS	100	60	50	80	70
TOTAL	700	340	445	555	410

Elaborado: La Autora

Micro localización

“Renova Spa” de acuerdo a su micro localización estará ubicada en la parroquia Totoracocha en la calle Gabriela Mistral y Av. González Suárez. Esta empresa será ubicada en esta parroquia debido a que obtuvo el mayor puntaje en el cuadro de calificación de alternativas para su ubicación y además porque los encuestados la prefieren en este lugar, información obtenida del estudio de mercado mediante la pregunta N° 8, cabe señalar que este sector es un lugar muy comercial, donde existen todos los servicios básicos necesarios y es de fácil acceso para los clientes.



TAMAÑO DEL PROYECTO

El tamaño de este proyecto se lo medirá de acuerdo a la capacidad instalada y utilizada.

Capacidad Instalada

Esta empresa contará con dos fisioterapeutas las mismas que darán el servicio de masajes, dos camillas para masajes, dos hidromasajes individuales y tres saunas portátiles, el tiempo estimado que se tomará por cada servicio será aproximadamente de 30 minutos.

La nueva empresa de servicios “Renova Spa” tendrá un horario de atención de lunes a domingo de 10h00 am a 20h00 pm, esto quiere decir que la empresa trabajará diez horas al día, 362 días al año descontando solo tres días de feriados (1/enero, viernes santo, 25/diciembre), que no se laborará.

Por consiguiente su capacidad instalada sería:

Cuadro N° 33

CAMILLAS PARA MASAJES	HIDROMASAJES	SAUNAS	TOTAL DE SERVICIOS ATENDIDOS EN 30 MINUTOS
2	2	3	7

1 Hora (2 x 7)= 14 servicios

1 Día (10h x 14)= 140 servicios

1 Año (362 días x 140)= 50.680 servicios

Estos resultados nos indican que, si la empresa trabajara con el 100% de su capacidad instalada podría ofrecer hasta 50.680 servicios al año, lo que demuestra que la nueva empresa de Spa podría cubriría el 1,19% de la demanda insatisfecha (4.244.832).

Cuadro N° 34

AÑO	DEMANDA INSATISFECHA	EMPRESA CUBRE EN SERVICIOS	EMPRESA CUBRE EN %
0	4.244.832	50.680	1,19
1	4.406.728	50.680	1,15
2	4.574.793	50.680	1,11
3	4.749.262	50.680	1,07
4	4.930.380	50.680	1,03
5	5.118.398	50.680	0,99

Fuente: Cuadro N°28
Elaboración: La Autora

Capacidad Utilizada

La empresa "Renova Spa" utilizará el primer año el 80% de su capacidad instalada e irá incrementando un 5% de su capacidad cada año, cabe señalar que no se llegará a utilizar el 100% de su capacidad instalada, debido a que el personal podría atrasarse, faltar o renunciar, o también podrían fallar los equipos, por consiguiente ninguna empresa podrá trabajar al 100% de su capacidad instalada.

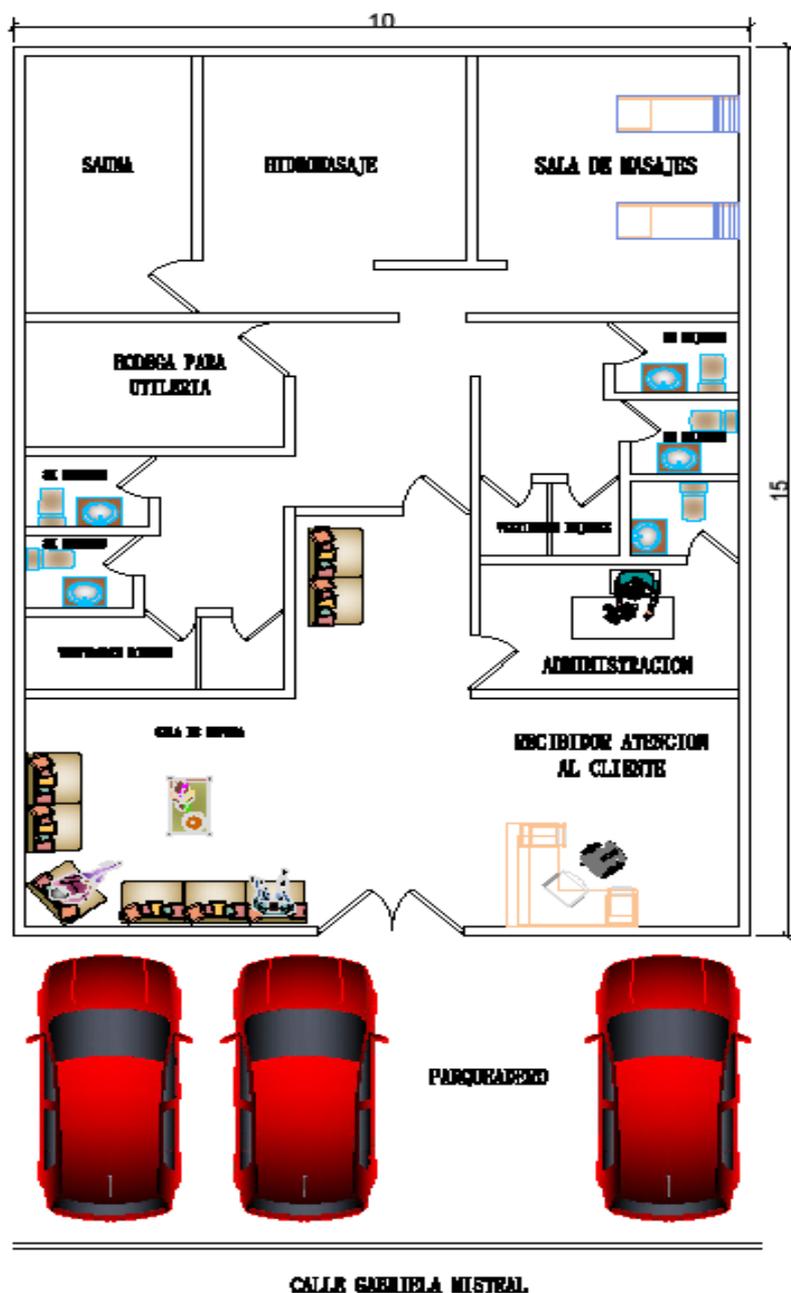
Cuadro N° 35

AÑO	CAPACIDAD INSTALADA	PORCENTAJE	CAPACIDAD UTILIZADA
1	50.680	80%	40.544
2	50.680	85%	43.078
3	50.680	90%	45.612
4	50.680	95%	48.146
5	50.680	99%	50.173

Elaboración: La Autora

DISTRIBUCIÓN DE LA PLANTA

La empresa “Renova Spa” contará con un recibidor para atención al cliente, una sala de espera, un vestidor para mujeres, una sala de masajes, un cuarto para hidromasaje, un cuarto para sauna, un vestidor para hombres, baños para hombres y para mujeres, una bodega para los utensilios, una oficina para administración y parqueadero para clientes.



INGENIERIA DEL PROYECTO

Para prestar los servicios de masajes, hidromasajes y sauna, la empresa “Renova Spa” contará con profesionales en fisioterapia, los mismos que brindarán una atención de calidad a nuestros clientes y además la empresa contará con equipos de alta tecnología para ofrecer una mejor atención.

PROCESO DESCRIPTIVO DEL SERVICIO

El cliente separa el turno para el servicio o (s) que necesita, sea por vía telefónica o personalmente en recepción, tiempo estimado de 1 minuto.

La secretaria designa a la persona (fisioterapeuta), que deberá atender al cliente en el servicio requerido, tiempo estimado 1 minuto.

El cliente se cambia en los vestidores para recibir el servicio solicitado, tiempo estimado 2 minutos

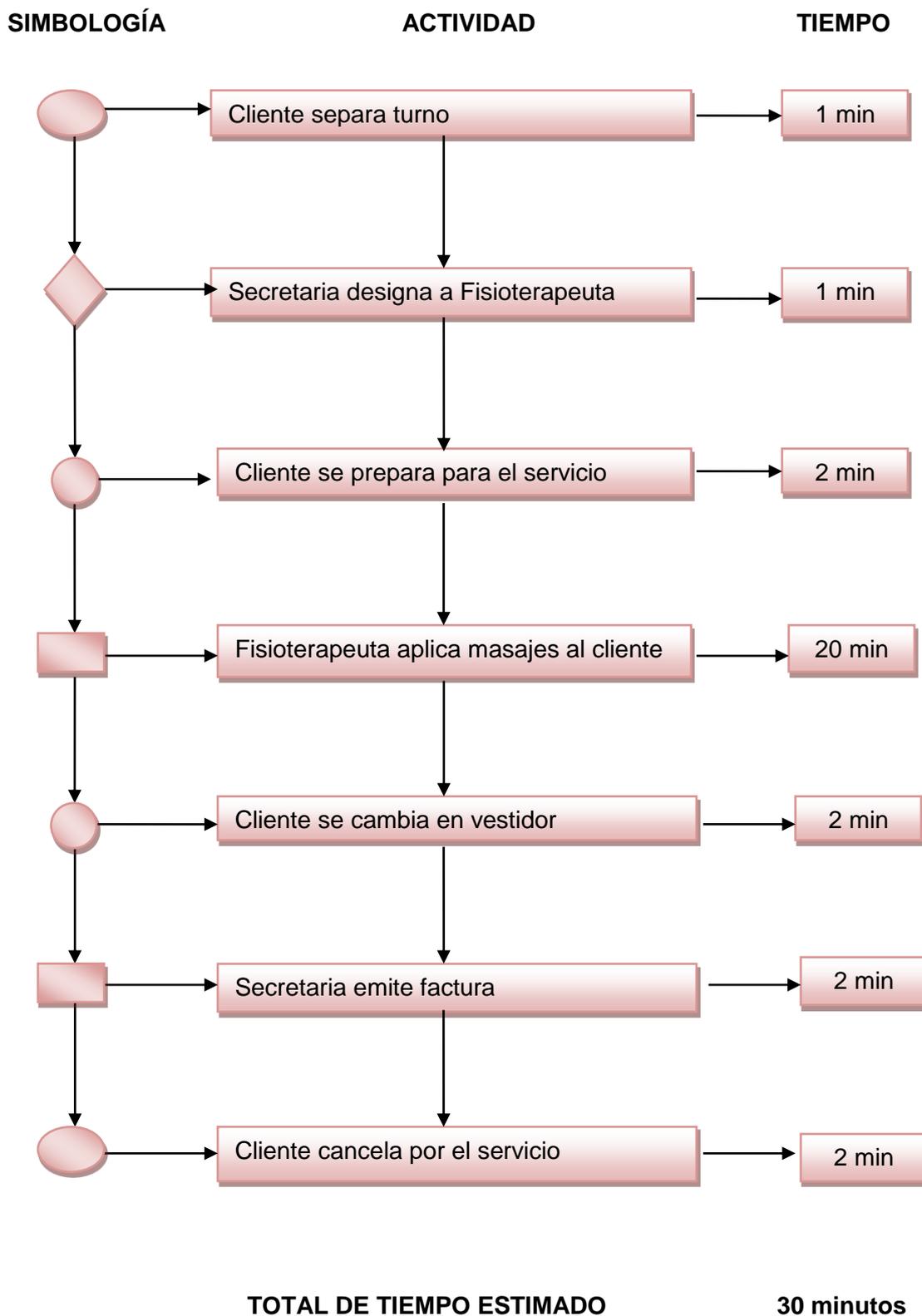
El cliente utilizará nuestros servicios (masaje, hidromasaje o sauna), por un tiempo estimado de 20 minutos.

El cliente se cambia en vestidores, tiempo estimado 2 minutos.

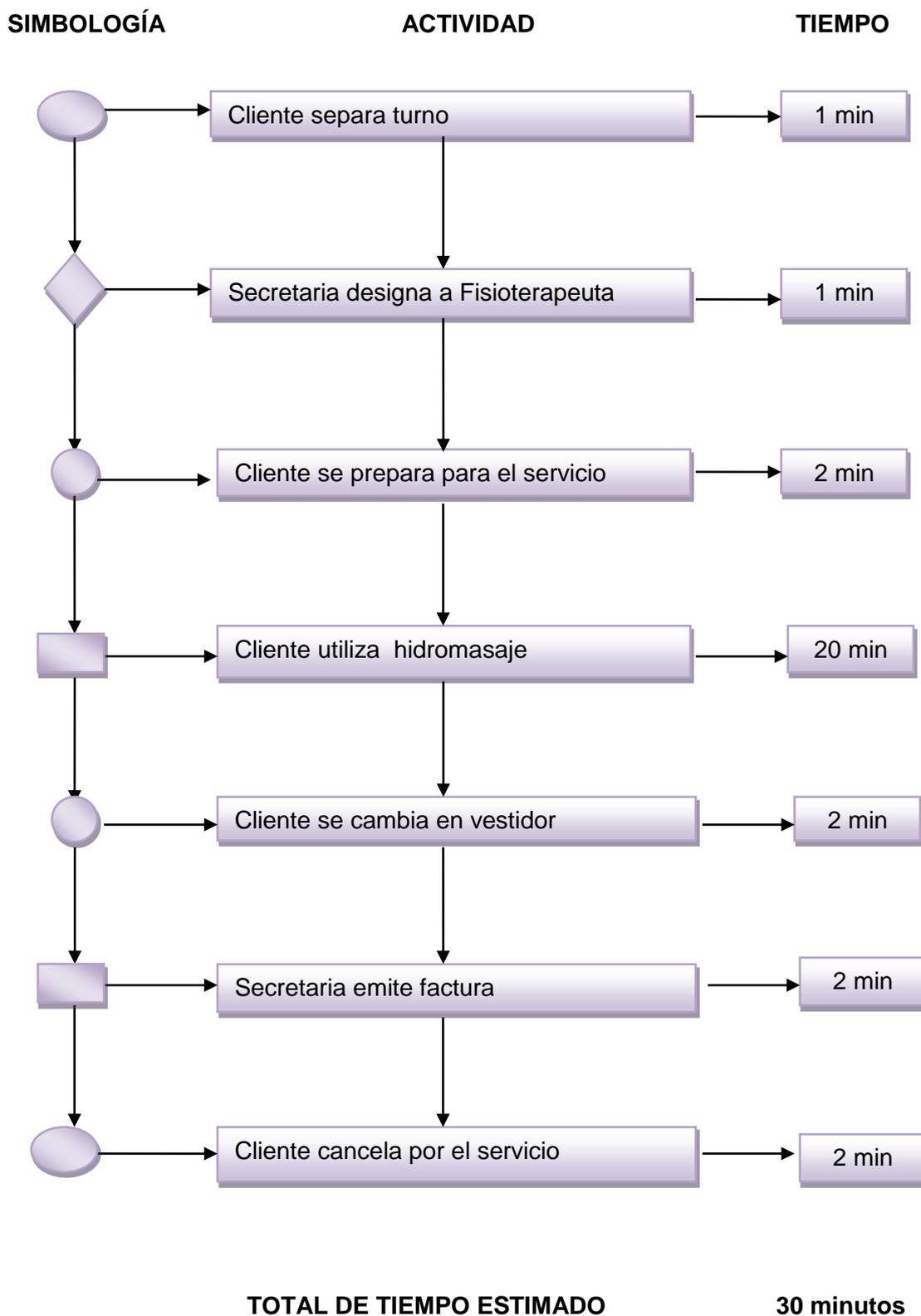
La secretaria deberá emitir la factura al cliente por los servicios que haya utilizados, tiempo estimado de 2 minutos.

El cliente cancela la factura a la secretaria en recepción, tiempo estimado de 2 minutos.

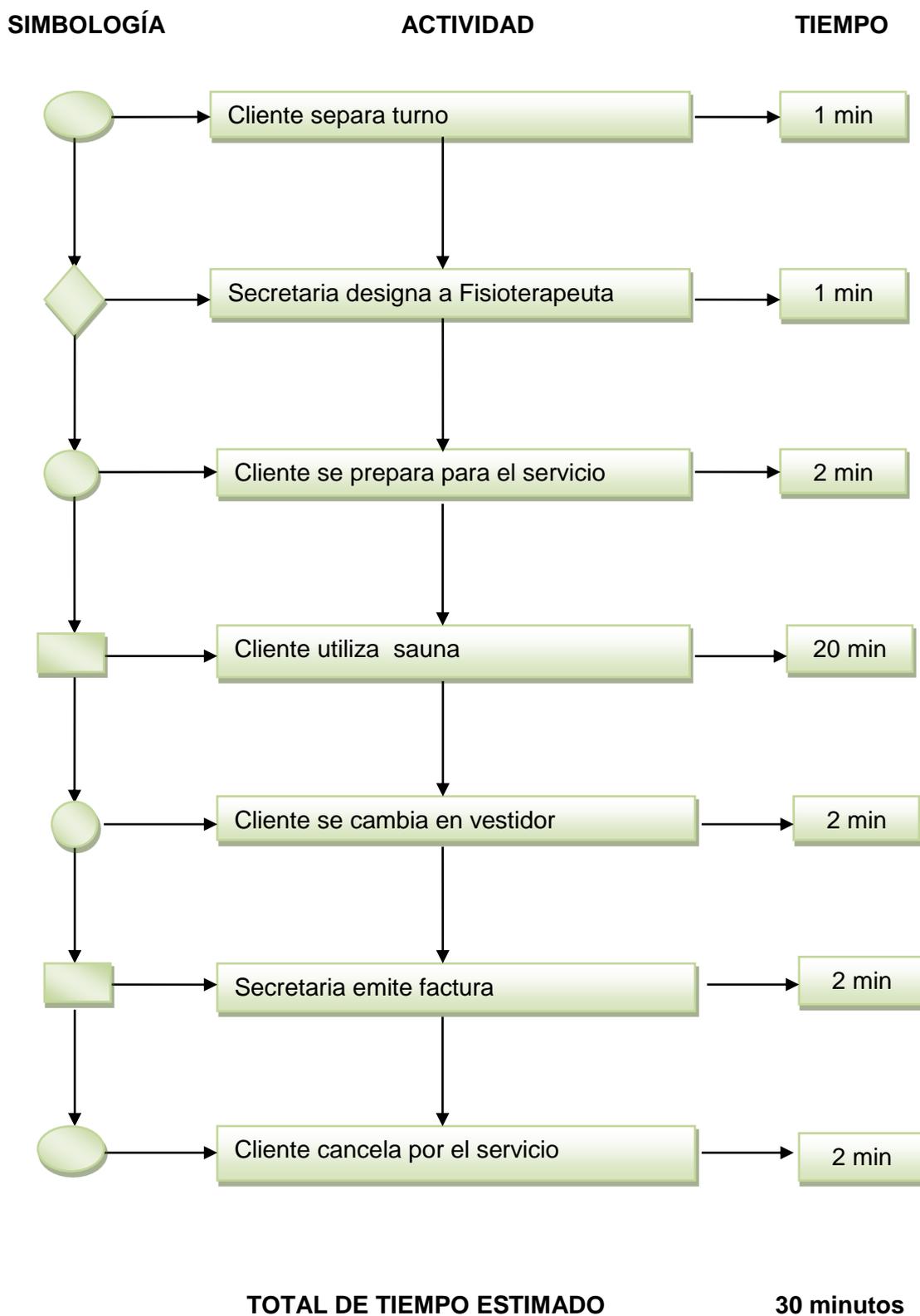
FLUJOGRAMA DEL PROCESO DE SERVICIO DE MASAJES



FLUJOGRAMA DEL PROCESO DE SERVICIO DE HIDROMASAJE



FLUJOGRAMA DE PROCESO DE SERVICIO DEL SAUNA



EQUIPOS E IMPLEMENTOS A UTILIZARSE EN EL SPA

Cantidad	Descripción
2	Camillas para masajes
2	Hidromasajes individuales
3	Saunas portátiles a vapor

Cuadro N° 36

Cantidad	Descripción	Costo Unit.	Costo Total
2	Camilla para masajes	330,40	660,80
2	Hidromasajes individuales	899,98	1.799,96
3	Saunas portátiles a vapor	150,00	450,00
COSTO TOTAL			2.910,76

Elaborado: La Autora

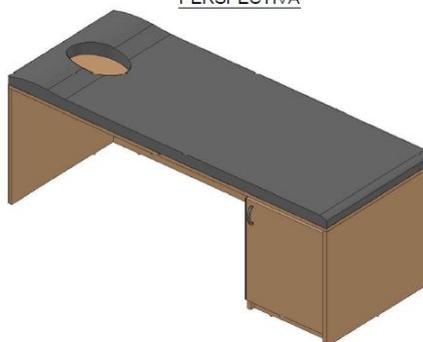
Fuente: Almacén Línea A1, Almacén Boyacá y Sr. Jaime Alvarado

Los precios de los equipos e implementos expuestos están de acuerdo a las proformas solicitadas a proveedores.

CARACTERÍSTICAS TÉCNICAS DE LOS EQUIPOS E IMPLEMENTOS

CAMILLA PARA MASAJES

PERSPECTIVA



Características

Fabricada en madera duraplac, con puerta, repisa intermedia, con agujero facial y tapizado con cuerina en color a elección, sus medidas son 70 cm alto, 71 cm ancho y 1,85 cm de largo.

Precio: \$ 330,40

HIDROMASAJE**Características:**

Cuenta con 9 jets de hidromasaje regulable y orientables, 1 llenador de tina, 1 blower de aire, 1 desagüe automático, 1 sensor de nivel de bañera llena, 1 reposacabezas, 1 calentador de 1500 watos para mantenimiento de agua caliente. Dimensión 170 cm x 85 cm x 65cm.

Precio: \$ 899,98

SAUNA PORTÁTIL A VAPOR



Características:

La estructura está confeccionada en material especial antitóxica (polietileno - plástico), con armazón de varillas de aluminio, vaporizador eléctrico, elaborado en material de resina, sus medidas de 150 cm de alto y 70 cm por 70cm de ancho.

Precio: \$ 150,00

Esta empresa además deberá invertir en adecuaciones del local, muebles de oficina, equipos de computación y oficina.

ADECUACIONES E INSTALACIONES

Cuadro N° 37

Descripción	Costo
Vestidores para hombres y mujeres	1.408,00
Instalación saunas	90,00
Instalación hidromasajes	140,00
Instalación baños para Hombres y Mujeres	1.374,00
TOTAL	3.012,00

Elaborado: La Autora

Fuente: OP ARQUITECTOS - Arq. Jorge Peralta

MUEBLES DE OFICINA

Cuadro N° 38

Descripción	Costo
Escritorio y sillas – Gerencial	543,58
Counter y silla - Secretaria	429,40
Sala de espera – Clientes	479,16
TOTAL	1.452,14

Elaborado: La Autora

Fuente: Almacén Línea A1

EQUIPOS DE COMPUTACIÓN

Cuadro N° 39

Cant.	Descripción	Costo U.	Costo Total
2	Computadores HP con impresora	661,78	1.323,56
TOTAL			1.323,56

Elaborado: La Autora

Fuente: Almacén Impocomjaher Cia. Ltda.

EQUIPOS DE OFICINA

Cuadro N° 40

Cant.	Descripción	Costo
1	Teléfono inalámbrico Panasonic	80,00
1	Calculadora Casio	25,00
TOTAL		105,00

Elaborado: La Autora

Fuente: Almacén Ochoa

COSTO TOTAL DEL ESTUDIO TÉCNICO

Cuadro N° 41

Descripción	Costo
Equipos e Implementos	2.910,76
Gastos Adecuaciones e Instalaciones	3.012,00
Muebles de Oficina	1.452,14
Equipos de Computación	1.323,56
Equipos de Oficina	105,00
TOTAL	8.803,46

Elaborado: La Autora

Fuente: Cuadros N° 35, 36, 37, 38, 39

ESTUDIO ORGANIZACIONAL

Dentro del estudio organizacional se redactó la minuta de constitución de la empresa siguiendo un marco legal, minuta que será aprobada por las autoridades competentes de la ciudad de Cuenca, de acuerdo a las leyes vigentes.

MINUTA DE CONSTITUCIÓN DE LA COMPAÑÍA

“RENOVA SPA”

SEÑOR NOTARIO:

En el protocolo de escrituras públicas a su cargo, sírvase Insertar una de constitución de compañía de responsabilidad limitada, al tenor de las cláusulas siguientes:

PRIMERA.- COMPARECIENTES Y DECLARACIÓN DE VOLUNTAD. -
Intervienen en la celebración de este contrato, los señores: SONIA MARCELA MONTERO TACURI, MIGUEL EUGENIO MONTERO TACURI Y WALTER MAURICIO MONTERO TACURI; los comparecientes manifiestan ser ecuatorianos, mayores de edad, soltera la primera y casados los dos últimos, domiciliados en esta ciudad; y, declaran su voluntad de constituir, como en efecto constituyen, la compañía de responsabilidad limitada “RENOVA SPA CÍA. LTDA.” la misma que se regirá por las leyes ecuatorianas; de manera especial, por la Ley de Compañías, sus reglamentos y los siguientes estatutos.

SEGUNDA.- ESTATUTOS DE RENOVA SPA CIA. LTDA.

CAPÍTULO PRIMERO

DENOMINACIÓN. NACIONALIDAD, DOMICILIO, FINALIDADES Y PLAZO DE DURACIÓN

ARTÍCULO UNO.- Constituyese en la ciudad de Cuenca, con domicilio en el mismo lugar, provincia de Azuay, República del Ecuador, de nacionalidad ecuatoriana, la compañía de responsabilidad limitada “RENOVA SPA CÍA. LTDA”.

ARTÍCULO DOS.- La compañía tiene por objeto y finalidad, prestar servicios de masajes corporales de relajación o fisioterapia, hidromasaje y baño sauna, además podrá establecer sucursales o agencias en los términos de la ley; y tiene facultades para abrir dentro o fuera del país, agencias o sucursales, podrá así mismo, adquirir todo tipo de bienes muebles o inmuebles encaminados a cumplir en mejor forma su objeto social, finalmente podrá realizar todo acto o contrato permitido por las leyes vigentes respectivas, relacionados con el objeto principal de la compañía.

ARTÍCULO TRES.- La compañía podrá solicitar préstamos internos o externos para el mejor cumplimiento de su finalidad.

ARTÍCULO CUATRO.- El plazo de duración del contrato social de la compañía es de diez años, a contarse de la fecha de Inscripción en el Registro Mercantil del domicilio principal de la compañía; puede prorrogarse

por resolución de la junta general de socios, la que será convocada expresamente para deliberar sobre el particular. La compañía podrá disolverse antes, si así lo resolviere la Junta General de Socios en la forma prevista en estos estatutos y en la Ley de Compañías.

CAPÍTULO SEGUNDO

DEL CAPITAL SOCIAL, DE LAS PARTICIPACIONES Y DE LA RESERVA LEGAL

ARTÍCULO CINCO.- El capital social de la compañía es de mil quinientos dólares, dividido en mil quinientas participaciones de un dólar cada una, que estarán representadas por el certificado de aportación correspondiente de conformidad con la ley y estos estatutos, certificado que será firmado por el Presidente y Gerente de la compañía. El capital está íntegramente suscrito y pagado en la forma y proporción que se especifica en las declaraciones.

ARTÍCULO SEIS.- La compañía puede aumentar el capital social, por resolución de la Junta general de socios, con el consentimiento de las dos terceras partes del capital social, en la forma prevista en la Ley y, en tal caso los socios tendrán derecho preferente para suscribir el aumento en proporción a sus aportes sociales, salvo resolución en contrario de la Junta General de Socios.

ARTÍCULO SIETE.- El aumento de capital se lo hará estableciendo nuevas participaciones y su pago se lo efectuará: en numerario, en especie, por

compensación de créditos, por capitalización de reservas y/o proveniente de la revalorización pertinente y por los demás medios previstos en la ley.

ARTÍCULO OCHO.- La compañía entregará a cada socio el certificado de aportaciones que le corresponde; dicho certificado de aportación se extenderá en libre tiñes acompañados de talonarios y en los mismos se hará constar la denominación de la compañía, el capital suscrito y el capital pagado, número y valor del certificado, nombres y apellidos del socio propietario, domicilio de la compañía, fecha de la escritura de constitución, notaría en la que se otorgó, fecha y número de inscripción en el Registro Mercantil, fecha y lugar de expedición, la constancia de no ser negociable, la firma y rúbrica del presidente y gerente de la compañía. Los certificados serán registrados e inscritos en el libro de socios y participaciones; y para constancia de su recepción se suscribirán los talonarios.

ARTÍCULO NUEVE.- Todas las participaciones son de igual calidad, los socios fundadores no se reservan beneficio especial alguno.

ARTÍCULO DIEZ.- Las participaciones de esta compañía podrán transferirse por acto entre vivos, requiriéndose para ello: el consentimiento unánime del capital social, que la sesión se celebre por escritura pública y que se observe las pertinentes disposiciones de la ley. Los socios tienen derecho preferente para adquirir estas participaciones a prorrata de las suyas, salvo resolución en contrario de la Junta General de Socios. En caso de sesión de participaciones, se anulará el certificado original y se extenderá uno nuevo.

La compañía formará forzosamente un fondo de reserva por lo menos igual al veinte por ciento del capital social, segregando anualmente el cinco por ciento de las utilidades líquidas y realizadas.

ARTÍCULO ONCE.- En las Juntas generales para efectos de votación cada participación dará al socio el derecho a un voto.

CAPÍTULO TERCERO

DE LOS SOCIOS. DE SUS DEBERES, ATRIBUCIONES Y RESPONSABILIDADES

ARTÍCULO DOCE.- Son obligaciones de los socios:

Las que señala la Ley de Compañías:

Cumplir con las funciones, actividades y deberes que le asignen la Junta General de Socios, el Presidente y el Gerente;

Cumplir con las aportaciones suplementarias en proporción a las participaciones que tuviere en la compañía cuando y en la forma que decida la Junta General de Socios; y,

Las demás que señalen estos estatutos.

ARTÍCULO TRECE.- Los socios de la compañía tienen los siguientes derechos y atribuciones:

Intervenir con voz y voto en las sesiones de Junta General de Socios, personalmente o mediante mandato a otro socio o extraño, con poder notarial o carta poder. Se requiere de carta poder para cada sesión y, el poder a un extraño será necesariamente notarial. Por cada participación el socio tendrá derecho a un voto;

Elegir y ser elegido para los órganos de administración;

A percibir las utilidades y beneficios a prorrata de las participaciones, lo mismo respecto del acervo social de producirse la liquidación de la compañía:

Los demás previstos en la ley y en estos estatutos.

ARTÍCULO CATORCE.- La responsabilidad de los socios de la compañía, por las obligaciones sociales, se limita únicamente al monto de sus aportaciones Individuales a la compañía, salvo las excepciones de ley.

CAPÍTULO CUARTO

DEL GOBIERNO Y ADMINISTRACIÓN

ARTÍCULO QUINCE.- El gobierno y la administración de la compañía se ejerce por medio de los siguientes órganos: La Junta General de Socios, el Presidente y el Gerente.

ARTÍCULO DIECISEIS.- DE LA JUNTA GENERAL DE SOCIOS.- La Junta General de Socios es el órgano supremo de la compañía y está integrada

por los socios legalmente convocados y reunidos en el número suficiente para formar quórum.

ARTÍCULO DIECISIETE.- Las sesiones de Junta General de Socios son ordinarias y extraordinarias, y se reunirán en el domicilio principal de la compañía para su validez. Podrá la compañía celebrar sesiones de Junta General de Socios en la modalidad de junta universal, esto es, que la junta puede constituirse en cualquier tiempo y en cualquier lugar dentro del territorio nacional, para tratar cualquier asunto, siempre que esté presente todo el capital, y los asistentes quienes deberán suscribir el acta bajo sanción de nulidad, acepten por unanimidad la celebración de la junta y los asuntos a tratarse, entendiéndose así, legalmente convocada y válidamente constituida.

ARTÍCULO DIECIOCHO.- Las Juntas generales se reunirán por lo menos una vez al año, dentro de los tres meses posteriores a la finalización del ejercicio económico, y las extraordinarias en cualquier tiempo que fueren convocadas. En las sesiones de Junta General, tanto ordinarias como extraordinarias, se tratarán únicamente los asuntos puntualizados en la convocatoria, en caso contrario las resoluciones serán nulas.

ARTÍCULO DIECINUEVE.- Las juntas ordinarias y extraordinarias serán convocadas por el presidente de la compañía, por escrito y personalmente a cada uno de los socios, con ocho días de anticipación por lo menos al

señalado para la sesión de Junta General. La convocatoria indicará el lugar, local, fecha, el orden del día y objeto de la sesión.

ARTÍCULO VEINTE.- El quórum para las sesiones de Junta General de Socios, en la primera convocatoria será de más de la mitad del capital social y. en la segunda se podrá sesionar con el número de socios presentes, lo que se Indicará en la convocatoria. La sesión no podrá instalarse, ni continuar válidamente sin el quórum establecido.

ARTÍCULO VEINTIUNO.- Las resoluciones se tomarán por mayoría absoluta de votos del capital social concurrente a la sesión, con las excepciones que señalan estos estatutos y la Ley de Compañías. Los votos en blanco y las abstenciones se sumarán a la mayoría.

ARTÍCULO VEINTIDÓS.- Las resoluciones de la Junta General de Socios tomadas con arreglo a la ley y a estos estatutos y sus reglamentos, obligarán a que todos los socios acaten dichas resoluciones, hayan o no concurrido a la sesión, hayan o no contribuido con su voto y estuvieren o no de acuerdo con dichas resoluciones.

ARTÍCULO VEINTITRÉS.- Las sesiones de Junta General de Socios, serán presididas por el presidente de la compañía y. a su falta, por la persona designada en cada caso, de entre los socios: actuará de secretario el gerente o el socio que en su falta la Junta elija en cada caso.

ARTÍCULO VEINTICUATRO.- Las actas de las sesiones de Junta General de Socios se llevarán a máquina, en hojas debidamente foliadas y escritas en el anverso y reverso, las que llevarán la firma del presidente y secretario. De cada sesión de junta se formará un expediente que contenga la copia del acta, los documentos que Justifiquen que la convocatoria ha sido hecha legalmente, así como todos los documentos que hubieren sido conocidos por la Junta.

ARTÍCULO VEINTICINCO.- Son atribuciones privativas de la Junta General de Socios:

Resolver sobre el aumento o disminución de capital, fusión o transformación de la compañía, sobre la disolución anticipada, la prórroga del plazo de duración: y, en general resolver cualquier reforma al contrato constitutivo y a estos estatutos:

Nombrar al Presidente y al Gerente de la compañía, señalándoles su remuneración y, removerlos por causas Justificadas o a la culminación del período para el cual fueron elegidos;

Conocer y resolver sobre las cuentas, balances, inventarios e Informes que presenten los administradores;

Resolver sobre la forma de reparto de utilidades;

Resolver sobre la formación de fondos de reserva especiales o extraordinarios:

Acordar la exclusión de socios de acuerdo con las causas establecidas en la ley:

Resolver cualquier asunto que no sea competencia privativa del presidente o del gerente y dictar las medidas conducentes a la buena marcha de la compañía;

Interpretar con el carácter de obligatorio los casos de duda que se presenten sobre las disposiciones del estatuto:

Acordar la venta o gravamen de los bienes Inmuebles de la compañía;

Aprobar los reglamentos de la compañía:

Aprobar el presupuesto de la compañía;

Resolver la creación o supresión de sucursales, agencias, representaciones, establecimientos y oficinas de la compañía:

Las demás que señalen la Ley de Compañías y estos estatutos.

ARTÍCULO VEINTISÉIS.- Las resoluciones de la Junta General de Socios son obligatorias desde el momento en que son tomadas válidamente.

ARTÍCULO VEINTISIETE.- DEL PRESIDENTE.- El Presidente será nombrado por la Junta General de Socios y durará dos años en el ejercicio de su cargo, pudiendo ser indefinidamente reelegido, para este cargo deberá ser socio.

ARTÍCULO VEINTIOCHO.- Son deberes y atribuciones del Presidente de la compañía:

Supervisar la marcha general de la compañía y el desempeño de los servidores de la misma e Informar de estos particulares a la Junta General de Socios:

Convocar y presidir las sesiones de Junta General de Socios y suscribir las actas;

Velar por el cumplimiento de los objetivos de la compañía y por la aplicación de sus políticas;

Reemplazar al gerente, por falta o ausencia temporal o definitiva, con todas las atribuciones, conservando las propias mientras dure su ausencia o hasta que la Junta General de Socios designe un reemplazo y se haya inscrito su nombramiento y, aunque no se le hubiere encargado la función por escrito;

Firmar el nombramiento del Gerente y conferir certificaciones sobre el mismo;

Las demás que le señalan la Ley de Compañías, estos estatutos, reglamentos de la compañía y la Junta General de Socios.

ARTÍCULO VEINTINUEVE.- DEL GERENTE.- El Gerente será nombrado por la Junta General de Socios y durará dos años en su cargo, pudiendo ser reelegido en forma indefinida, puede ser o no socio.

ARTÍCULO TREINTA.- Son deberes y atribuciones del Gerente de la compañía:

Representar legalmente a la compañía en forma Judicial y extrajudicial;

Conducir la gestión de los negocios y la marcha administrativa de la compañía;

Dirigir la gestión económica financiera de la compañía;

Gestionar, planificar, coordinar y ejecutar las actividades de la compañía;

Realizar pagos por conceptos de gastos administrativos;

Realizar Inversiones y adquisiciones hasta por la suma de veinte salarios mínimos vitales, sin necesidad de firma conjunta con el Presidente. Las adquisiciones que pasen de veinte salarios mínimos vitales, las hará conjuntamente con el Presidente, sin perjuicio de lo dispuesto en el artículo doce de la Ley de Compañías;

Suscribir el nombramiento del Presidente y conferir copias y certificaciones sobre el mismo;

Inscribir su nombramiento con la razón de su aceptación en el Registro Mercantil;

Llevar los libros de actas y expedientes de cada sesión de junta general;

Manejar las cuentas bancarias según sus atribuciones:

Presentar a la Junta General de Socios un informe sobre la marcha de la compañía, el balance y la cuenta de pérdidas y ganancias, así como la fórmula de distribución de beneficios según la ley, dentro de los sesenta días siguientes al cierre del ejercicio económico:

Cumplir y hacer cumplir las resoluciones de la Junta General de Socios;

Ejercer y cumplir las demás atribuciones, deberes y responsabilidades que establece la ley, estos estatutos, los reglamentos de la compañía y las que señale la Junta General de Socios.

CAPÍTULO QUINTO

DE LA DISOLUCIÓN Y LIQUIDACIÓN DE LA COMPAÑÍA

ARTÍCULO TREINTA Y UNO.- La disolución y liquidación de la compañía se regla por las disposiciones pertinentes de la Ley de Compañías, especialmente por lo establecido en la sección once; así como por el Reglamento pertinente y lo previsto en estos estatutos.

ARTÍCULO TREINTA Y DOS.- No se disolverá la compañía por muerte, interdicción o quiebra de uno o más de sus socios.

DECLARACIONES.- El capital con el que constituye la compañía "RENOVA SPA CIA. LTDA". ha sido suscrito y pagado en su totalidad en la siguiente forma: la señorita SONIA MARCELA MONTERO TACURI setecientas participaciones, de un dólar cada una, con un valor total de setecientos dólares; el señor MIGUEL EUGENIO MONTERO TACURI quinientas

participaciones, un dólar cada una, con un valor total de quinientos dólares; el señor WALTER MAURICIO MONTERO TACURI trescientas participaciones de un dólar cada una, con un valor total de trescientos dólares; que dan un valor de MIL QUINIENTAS PARTICIPACIONES DE UN DÓLAR y un total de MIL QUINIENTOS DÓLARES; valor que será depositado en efectivo en una de las entidades bancarias de la ciudad de Cuenca, como cuenta de «Integración de Capital», cuyo certificado se agrega a la presente escritura como documento habilitante. Los socios de la compañía autorizan al Dr. Fausto Vintimilla abogado de la empresa, se encargue de los trámites pertinentes, encaminados a la aprobación de la escritura constitutiva de la compañía, su inscripción en el Registro Mercantil y convocatoria a la primera junta general de socios, en la que se designarán presidente y gerente de la compañía.

Hasta aquí la minuta. Usted señor Notario sírvase agregar las cláusulas de estilo para su validez.

Atentamente,

Fausto Vintimilla
ABOGADO

Cuadro N° 42

Descripción	Costo
Elaboración de Minuta	150,00
TOTAL	150,00

Elaborado: La Autora

Fuente: Dr. Fausto Vintimilla

La misión y visión que tendrá la empresa “Renova Spa” será:

MISIÓN

Obtener rentabilidad por la venta de nuestros servicios, ser competitivos ofreciendo servicios de calidad y satisfacer a nuestros clientes para que encuentren bienestar físico y mental.

VISIÓN

Ser reconocida como la mejor empresa de servicios de “Spa” en la ciudad de Cuenca, siendo líderes al ofrecer servicios que ayudan a mantener en buena salud a nuestros clientes.

ORGANIZACIÓN ADMINISTRATIVA.

NIVELES JERÁRQUICOS.

La nueva empresa de Spa, estará conformada por los siguientes niveles jerárquicos:

Nivel Legislativo:

Este es el nivel máximo de la dirección de la empresa, porque dictan las políticas y reglamentos de la misma, este nivel lo conforman la Junta General de Socios.

Nivel Ejecutivo:

Este nivel estará conformado por el Gerente o Administrador, el cual será nombrado por el nivel Legislativo, el nivel ejecutivo será el responsable de

la gestión operativa de “Renova Spa” y de él dependerá el éxito o el fracaso que tenga esta nueva empresa en el mercado.

Nivel Asesor:

En el nivel asesor se encuentra el Asesor Jurídico, el que orientará a los directivos de la empresa en situaciones de carácter laboral y además en las relaciones jurídicas de la empresa con otras organizaciones o clientes.

Nivel Auxiliar:

Este nivel está conformado por la Secretaria - Contadora, la misma que acatará las órdenes del gerente, atenderá a clientes y realizará la contabilidad de la empresa.

Nivel Operativo:

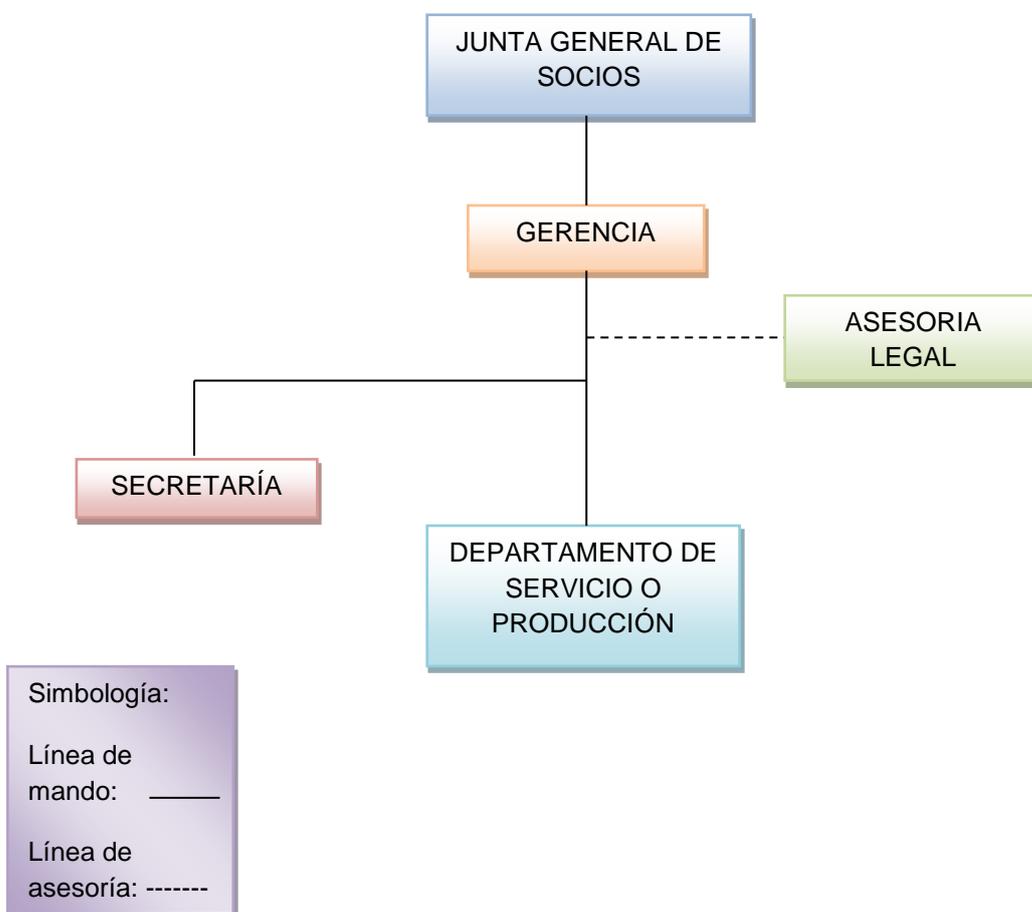
Este nivel lo conformarán las fisioterapeutas, porque serán las responsables de ejecutar las actividades operativas.

ORGANIGRAMAS

La empresa de servicios “Renova Spa” tendrá los siguientes organigramas:

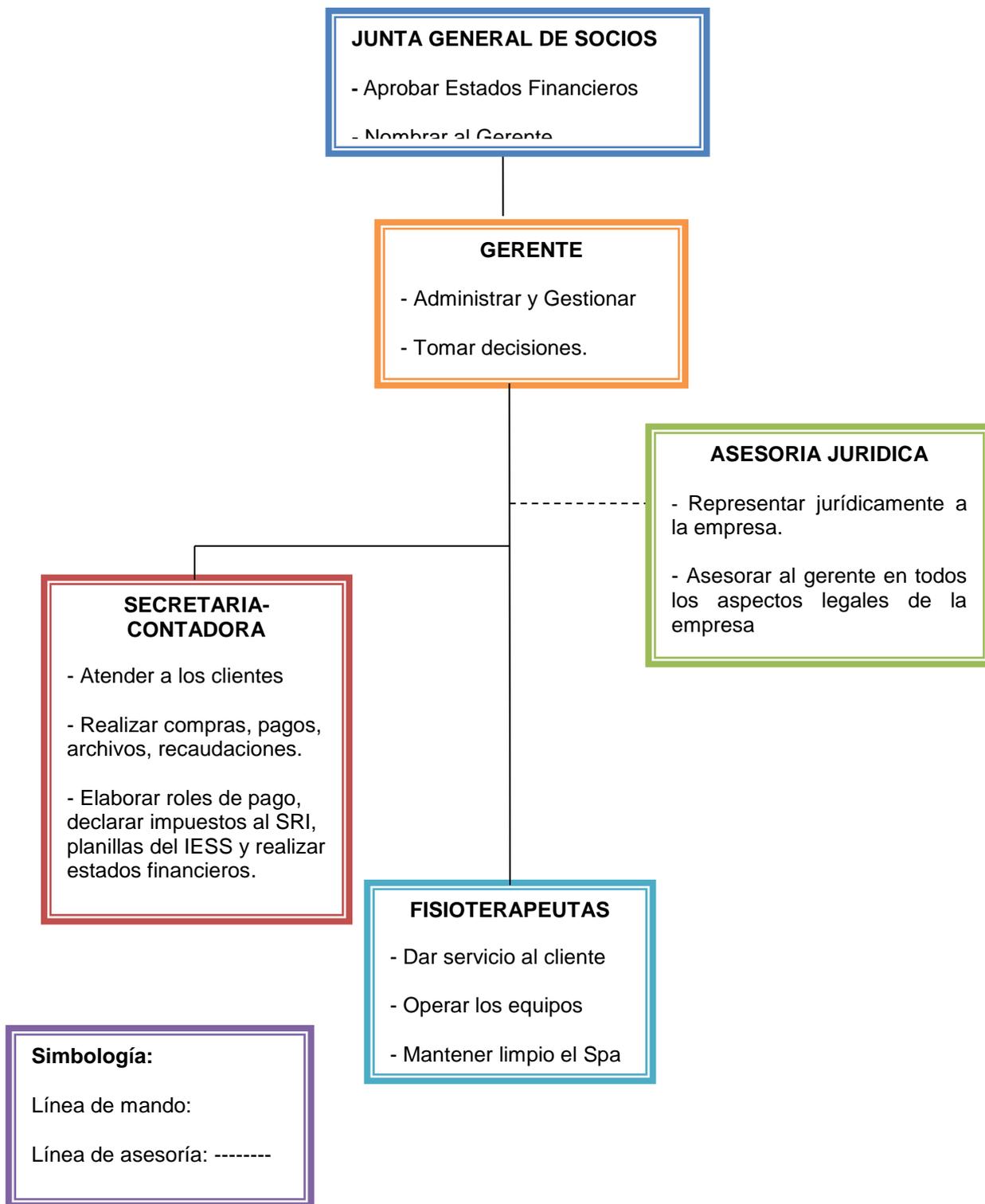
ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL

EMPRESA DE SERVICIOS “RENOVA SPA”



ORGANIGRAMA FUNCIONAL

EMPRESA DE SERVICIOS “RENOVA SPA”



MANUAL DE FUNCIONES
PARA EL PERSONAL DE
“RENOVA SPA”

CÓDIGO: 01

TÍTULO DEL PUESTO: Gerente

NATURALEZA DEL TRABAJO

- Planificar, organizar, dirigir y controlar todas las actividades de la empresa.
- Verificar el cumplimiento de los objetivos propuestos.
- Seleccionar y contratar personal idóneo cuando la empresa lo requiera.

FUNCIONES TÍPICAS

- Representar a la empresa judicial y extrajudicialmente
- Administrar las finanzas de la empresa, controlando, aprobando y autorizando documentos o pagos en efectivo o cheques.
- Planificar y decidir en la compra de más equipos o accesorios para la empresa.
- Dirigir y supervisar al personal, para que cumplan con sus funciones y la empresa pueda alcanzar las metas propuestas.
- Organizar cursos de capacitación para todo el personal, para potenciar sus capacidades.
- Seleccionar personal idóneo al momento de contratar.
- Desarrollar un buen ambiente de trabajo que motive positivamente al personal.

CARACTERÍSTICAS DE CLASE:

- Dirigir al personal de la empresa con liderazgo, autoridad y responsabilidad.
- Tener iniciativa para resolver los problemas de la empresa.

- Responder por el trabajo de los empleados de la empresa

Requisitos Mínimos

Educación: Título profesional universitario en Administración de Empresas

Experiencia: No necesaria

CÓDIGO: 02

TÍTULO DEL PUESTO: Asesor Jurídico

NATURALEZA DEL TRABAJO

Representar legalmente a la empresa y actuando con responsabilidad en las tomas de decisiones jurídicas.

FUNCIONES TÍPICAS

- Estudiar e informar expedientes de carácter técnico legal.
- Formular y/o revisar anteproyectos de dispositivos legales, directivas y otros documentos, concordándoles con la normatividad vigente.
- Asesorar al Gerente General en aspectos de su especialidad.
- Patrocinar las acciones judiciales en que intervenga la empresa en los procedimientos judiciales y/o administrativos.
- Efectuar el seguimiento de las acciones judiciales que se tramiten en los juzgados cautelando que las notificaciones judiciales sean receptadas oportunamente.
- Participar en los comités de adquisiciones de la empresa.
- Otras que le sean asignadas por el Gerente General.

CARACTERÍSTICAS DE CLASE:

- Resolver problemas de su trabajo.
- Responder por su trabajo.

Requisitos Mínimos

Educación: Título Profesional Universitario de Abogado

Experiencia: Tres años de desempeño laboral como Abogado

CÓDIGO: 03

TÍTULO DEL PUESTO: Secretaria - Contadora

NATURALEZA DEL TRABAJO

- Asistir de manera personal al gerente, con los aspectos relacionados de la oficina y clientes en general.
- Organizar y mantener el sistema de contabilidad en la empresa.

FUNCIONES TÍPICAS

- Atender a los clientes y las llamadas telefónicas.
- Elaborar actas, contratos, redactar oficios, circulares, enviar y recibir todo tipo de correspondencia para la empresa.
- Emitir facturas por los servicios realizados a los clientes
- Recibir el efectivo o cheques que sea producto de la recaudación de fondos, por servicios prestados de la empresa. (Manejo de caja chica)
- Archivar de manera eficaz la documentación, para en caso de ser requeridos se encuentren al instante.
- Realizar los pagos al personal que labora en la empresa y/o proveedores y hacer firmar rol de pagos al personal.
- Llevar y supervisar la contabilidad general de la empresa.
- Realizar un debido manejo de los libros contables.
- Ejecutar los estados financieros correspondientes al período.
- Elaborar los roles de pago del personal
- Tramitar la documentación necesaria al IESS en cuanto a los ingresos y salidas de todo el personal, además de las planillas correspondientes de las aportaciones de los mismos.

- Presentar informes de la contabilidad al Gerente de la empresa, cada vez que éste lo requiera.
- Y otras que el Gerente le asigne dentro del ámbito de su actividad.

CARACTERÍSTICAS DE CLASE:

- Poseer iniciativa para resolver problemas de su trabajo, solucionando con profesionalismo.
- Responder por el cumplimiento de su trabajo.

Requisitos Mínimos

Educación: Bachiller en Secretariado y Título Universitario de Contadora Pública Autorizada.

Experiencia: 2 años en funciones afines a su cargo.

CÓDIGO: 04

TÍTULO DEL PUESTO: Fisioterapeuta

NATURALEZA DEL TRABAJO

Dar el servicio que requieran los clientes sean masajes, hidromasaje o sauna.

FUNCIONES TÍPICAS

- Atender a los clientes prestando los servicios que requieran, sean estos masajes, hidromasaje o sauna.
- Operar los equipos como hidromasaje y sauna.
- Mantener en orden todos los implementos y equipos del spa.
- Limpiar los equipos e implementos utilizados.
- Y otras que el Gerente le asigne dentro del ámbito de su actividad.

CARACTERÍSTICAS DE CLASE:

- Ser amable y gentil con los clientes
- Responder por el cumplimiento de su trabajo

Requisitos Mínimos

Educación: Título profesional de Fisioterapeuta

Experiencia: 2 años en funciones afines a su cargo.

NÓMINA MENSUAL DE SALARIOS

Cuadro N° 43

Cargo	Salario Básico Unificado	Décimo Tercer Sueldo	Décimo Cuarto Sueldo	Vacaciones	Aporte Patronal IESS 12,15%	Aporte al IESS 9,35%	Líquido a Pagar Mensual	Total a Pagar Anual
Gerente	500,00	41,67	24,33	20,83	60,75	46,75	600,83	7.210,00
Secretaria-Contadora	400,00	33,33	24,33	16,67	48,60	37,40	485,53	5.826,40
Fisioterapeuta 1	360,00	30,00	24,33	15,00	43,74	33,66	439,41	5.272,96
Fisioterapeuta 2	360,00	30,00	24,33	15,00	43,74	33,66	439,41	5.272,96
TOTAL	1.620,00	135,00	97,33	67,50	196,83	151,47	1.965,19	23.582,32

Elaborado: La Autora

Fuente: Ministerio de Relaciones Laborales

El asesor jurídico no estará incluido en nómina porque el mismo no trabajará directamente en la empresa y sus servicios serán eventuales.

Los empleados de esta nueva empresa trabajarán de 10h00 am a 20h00 pm y tendrán una hora de receso para el almuerzo, que deberán alternarse, además laborarán dos domingos al mes alternados.

En los salarios estarán reconocidos los días sábados y domingos y la hora extra que trabajarán demás en su jornada.

Para el segundo año se tomará en cuenta en la nómina, el pago de los fondos de reserva.

COSTO TOTAL DEL ESTUDIO ORGANIZACIONAL

Total Salarios Personal = $1.965,19 + 151,47 = 2.116,66 \times 12$ meses

Cuadro N° 44

Descripción	Costo
Elaboración de Minuta	150,00
Salarios Personal	25.399,96
TOTAL	25.549,96

Elaborado: La Autora

Fuente: Cuadro 41 y 42

ESTUDIO FINANCIERO

INVERSIONES

Las inversiones del proyecto fueron estimadas a través de presupuestos elaborados con las diferentes cotizaciones del mercado, recibidas de las distintas casas comerciales de esta ciudad.

ACTIVOS: Este proyecto origina tres clases de activos: Activo Fijo, Activo diferido y Activo Circulante o capital de trabajo.

1. ACTIVOS FIJOS

Comprende las inversiones fijas sujetas a depreciación, a excepción del terreno, y se genera en la instalación de la empresa. Los activos fijos que son necesarios y que se estudiarán en este proyecto son los siguientes:

Cuadro N°45

PRESUPUESTO PARA EQUIPOS E IMPLEMENTOS

DENOMINACIÓN	CANT.	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Camilla para masajes	2	330,40	660,80
Hidromasaje individual	2	899,98	1.799,96
Saunas portátiles a vapor	3	150,00	450,00
TOTAL			2.910,76

Elaborado: La Autora

Fuente: Cuadro N° 35 (Cotizaciones de Distribuidores)

Equipos e Implementos.- Esta empresa ofrecerá los servicios de masajes, hidromasaje y sauna, debido a que son los servicios más utilizados por los clientes, información que se obtuvo del estudio de mercado, por lo tanto se ha visto necesario adquirir dos camillas para masajes, dos hidromasajes, y tres saunas, obteniendo sus costos de las proformas solicitadas a almacenes Boyacá y Línea A1. Al ser los equipos e implementos un activo

fijo se tuvo que realizar su depreciación, la misma que se detalla a continuación:

Cuadro N° 45.A

DEPRECIACIÓN DE LOS EQUIPOS E IMPLEMENTOS

VALOR DEL ACTIVO: 2.910,76 10 AÑOS DE VIDA ÚTIL 10% DEPRECIACIÓN				
AÑOS	VAL. ACTIVO	VAL.RES.	DEPRECIACIÓN	VALOR ACTUAL
0	2.910,76	291,08		2.619,68
1	2.619,68		261,97	2.357,72
2	2.357,72		261,97	2.095,75
3	2.095,75		261,97	1.833,78
4	1.833,78		261,97	1.571,81
5	1.571,81		261,97	1.309,84
6	1.309,84		261,97	1.047,87
7	1.047,87		261,97	785,90
8	785,90		261,97	523,93
9	523,93		261,97	261,96
10	261,96		261,96	0,00

Elaborado: La Autora

Fuente: La Tablita (Tributaria y Laboral) Año 2012

Cuadro N° 46

PRESUPUESTO PARA ADECUACIONES E INSTALACIONES

DENOMINACIÓN	CANT.	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Vestidores para hombres	3	234,66	703,98
Vestidores para mujeres	3	234,67	704,02
Instalación Saunas	3	30,00	90,00
Instalación Hidromasaje	2	70,00	140,00
Inst. Duchas y baños para hombres	3	229,00	687,00
Inst. Duchas y baños para mujeres	3	229,00	687,00
TOTAL			3.012,00

Elaborado: La Autora

Fuente: Cuadro N° 36 (Cotización OP Arquitectos)

Adecuaciones e Instalaciones.- Se ha visto necesario realizar adecuaciones e instalaciones en esta nueva empresa, porque la misma necesitará de vestidores, duchas, baños y las instalaciones de hidromasajes y saunas, para poder brindar los distintos servicios; su costo fue obtenido de la cotización solicitada a O.P Arquitectos, de igual manera se realizó la depreciación de este activo.

Cuadro N° 46.A

DEPRECIACIÓN DE ADECUACIONES E INSTALACIONES

VALOR DEL ACTIVO: 3.012,00 10 AÑOS DE VIDA ÚTIL 10% DEPRECIACIÓN				
AÑOS	VAL. ACTIVO	VAL.RES.	DEPRECIACIÓN	VALOR ACTUAL
0	3.012,00	301,20		2.710,80
1	2.710,80		271,08	2.439,72
2	2.439,72		271,08	2.168,64
3	2.168,64		271,08	1.897,56
4	1.897,56		271,08	1.626,48
5	1.626,48		271,08	1.355,40
6	1.355,40		271,08	1.084,32
7	1.084,32		271,08	813,24
8	813,24		271,08	542,16
9	542,16		271,08	271,08
10	271,08		271,08	0,00

Elaborado: La Autora

Fuente: La Tablita (Tributaria y Laboral) Año 2012

Cuadro N° 47

PRESUPUESTO PARA MUEBLES DE OFICINA

DENOMINACIÓN	CANT.	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Escritorio y sillas – Gerencial	1	543,58	543,58
Counter y silla - Secretaria	1	429,40	429,40
Sala de espera – Clientes	1	479,16	479,16
TOTAL			1.452,14

Elaborado: La Autora

Fuente: Cuadro N° 37 (Cotización de Distribuidor)

Muebles de Oficina.- Se ha visto necesario adquirir un escritorio para el gerente, un counter para la secretaria y además un juego de sala para los clientes, los precios fueron establecidos por medio de cotización solicitada a Línea A1. A continuación de detalla la depreciación de este activo:

Cuadro N° 47.A

DEPRECIACIÓN DE MUEBLES DE OFICINA

VALOR DEL ACTIVO: 1.452,14				
10 AÑOS DE VIDA ÚTIL			10% DEPRECIACIÓN	
AÑOS	VAL. ACTIVO	VAL.RES.	DEPRECIACIÓN	VALOR ACTUAL
0	1.452,14	145,21		1.306,93
1	1.306,93		130,69	1.176,23
2	1.176,23		130,69	1.045,54
3	1.045,54		130,69	914,85
4	914,85		130,69	784,16
5	784,16		130,69	653,47
6	653,47		130,69	522,78
7	522,78		130,69	392,09
8	392,09		130,69	261,40
9	261,40		130,69	130,71
10	130,71		130,71	0,00

Elaborado: La Autora

Fuente: La Tablita (Tributaria y Laboral) Año 2012

Cuadro N° 48

PRESUPUESTO PARA EQUIPOS DE COMPUTACIÓN

DENOMINACIÓN	CANT.	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Computadores HP con impresora	2	661,78	1323,56
TOTAL			1.323,56

Elaborado: La Autora

Fuente: Cuadro N° 38 (Cotización de Distribuidor)

Equipo de Computación.- será necesario adquirir dos computadoras y dos impresoras, porque la una será utilizada por el gerente para controlar todo el desempeño de la organización y la otra será utilizada por la secretaria – contadora, para la facturación y contabilidad. De igual manera este es un activo que se deprecia, por lo tanto se lo detalla a continuación:

Cuadro N° 48.A

DEPRECIACIÓN DE EQUIPOS DE COMPUTACIÓN

VALOR DEL ACTIVO: 1.323,56				
3 AÑOS DE VIDA ÚTIL				
33% DEPRECIACIÓN				
AÑOS	VAL. ACTIVO	VAL.RES.	DEPRECIACIÓN	VALOR ACTUAL
0	1.323,56	436,77		886,79
1	886,79		292,64	594,15
2	594,15		292,64	301,51
3	301,51		301,51	0,00

Elaborado: La Autora

Fuente: La Tablita (Tributaria y Laboral) Año 2012

Cuadro N° 49

PRESUPUESTO PARA EQUIPOS DE OFICINA

DENOMINACIÓN	CANT.	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Teléfono inalámbrico Panasonic	1	80,00	80,00
Calculadora Casio	1	25,00	25,00
TOTAL			105,00

Elaborado: La Autora

Fuente: Cuadro N° 39 (Cotización de Distribuidor)

Equipos de Oficina.- dentro de este activo se consideró necesario adquirir para la empresa un teléfono y una calculadora. A continuación esta detallado su depreciación.

Cuadro N° 49.A

DEPRECIACIÓN DE EQUIPOS DE OFICINA

VALOR DEL ACTIVO: 105				
10 AÑOS DE VIDA ÚTIL				
10% DEPRECIACIÓN				
AÑOS	VAL. ACTIVO	VAL.RES.	DEPRECIACIÓN	VALOR ACTUAL
0	105,00	10,50		94,50
1	94,50		9,45	85,05
2	85,05		9,45	75,60
3	75,60		9,45	66,15
4	66,15		9,45	56,70
5	56,70		9,45	47,25
6	47,25		9,45	37,80
7	37,80		9,45	28,35
8	28,35		9,45	18,90
9	18,90		9,45	9,45
10	9,45		9,45	0,00

Elaborado: La Autora

Fuente: La Tablita (Tributaria y Laboral) Año 2012

Cuadro N° 50

PRESUPUESTO DE SUMINISTROS DE SPA

DENOMINACIÓN	CANT.	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Mandiles para fisioterapeutas	6	10,00	60,00
Toallas Grandes	60	14,32	859,20
Toallas pequeñas	60	2,57	154,20
Gorras plásticas	30	1,35	40,50
Telas para camillas de masajes	10	7,00	70,00
Botiquín	1	35,00	35,00
Extintor	1	60,00	60,00
TOTAL			1.278,90

Elaborado: La Autora

Fuente: Coral Hipermercado y Distribuidora Pedro Santos

Suministros de Spa.- se deberá adquirir seis mandiles para las fisioterapeutas, cabe indicar que lo utilizarán todo el año, sesenta toallas grandes y sesenta toallas pequeñas para los clientes, porque está estimado en el estudio técnico que se atenderá a unos 112 clientes diariamente y además son muy necesarias antes y después de utilizar el servicio, se comprará además gorras plásticas que serán para los clientes que no quieran mojar su cabello, las telas que se comprarán serán para cubrir las camillas al momento de dar el servicio de masaje, será necesario un botiquín con medicamento necesario para primeros auxilios y de un extintor contraincendios.

A continuación detallo la proyección de estos gastos a cinco años, con un incremento del 5% anual.

Cuadro N° 50.A

PROYECCIÓN DE SUMINISTROS DE SPA

AÑOS	VALOR TOTAL INC 5%
1	1.278,90
2	1.342,85
3	1.409,99
4	1.480,49
5	1.554,51

Elaborado: La Autora

El resumen de las inversiones de los activos fijos se muestra en el cuadro expuesto a continuación:

Cuadro N° 51**INVERSIÓN EN ACTIVOS FIJOS**

ACTIVOS	Cuadro N°	VALOR
Equipos e Implementos	44	2.910,76
Adecuaciones e Instalaciones	45	3.012,00
Muebles de Oficina	46	1.452,15
Equipos de Computación	46	1.323,56
Equipos de Oficina	48	105,00
Suministro de Spa	49	1.278,90
Imprevistos 5%		504,12
TOTAL		10.586,49

Elaboración: La Autora

Fuente: Presupuestos

Imprevistos .- En este estudio se consideró un 5% de imprevistos, debido a que puede darse una fluctuación en los precios.

Cuadro N° 52

REINVERSIÓN DE ACTIVO FIJO

ACTIVO	VALOR
Equipos de Computación	1608,80
TOTAL	1608,80

Elaborado: La Autora

Fuente: (incremento del 5% anual al costo inicial)

Para el cuarto año se reinvertirá en equipos de computación, ya que los mismos tienen solo una vida útil de tres años, por lo tanto se tomó el valor del costo inicial que es \$ 1.323,56 y se lo incrementó en un 5% anual.

2. ACTIVOS DIFERIDOS

En este activo se tomará en cuenta los gastos realizados en el estudio de este proyecto y gastos de la elaboración de la minuta, por lo tanto el valor de este activo se distribuye así:

Cuadro N° 53

INVERSIONES EN ACTIVO DIFERIDO

ACTIVO	VALOR
Estudio de factibilidad	759
Elaboración de Minuta	150
Imprevistos 5%	45,45
TOTAL	954,45

Elaboración: La Autora

Fuente: Diseño del Proyecto y Cuadro N° 41

Este estudio está proyectado a cinco años, por lo tanto la amortización de este activo, está detallado de la siguiente forma:

Cuadro N° 54

AMORTIZACIÓN DE ACTIVO DIFERIDO

AÑOS	VAL.ACT.DIF	AMORTIZACIÓN	VALOR TOTAL
1	954,45	190,89	763,56
2	763,56	190,89	572,67
3	572,67	190,89	381,78
4	381,78	190,89	190,89
5	190,89	190,89	0

Elaboración: La Autora

Fuente: Cuadro N° 52

3. ACTIVO CIRCULANTE

Este activo está constituido por valores necesarios para la operación normal del proyecto, los mismos que están calculados para un año y proyectados a cinco años, que es el tiempo de estudio de este proyecto.

Cuadro N° 55

PRESUPUESTO DE MATERIALES DIRECTOS

DENOMINACIÓN	CANT.	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Aceites para masajes por galones	180	68,00	12.240,00
Esencias para hidromasajes x litros	36	45,00	1.620,00
Esencias para saunas x litros	24	37,00	888,00
TOTAL			14.748,00

Elaborado: La Autora

Fuente: Distribuidora Pedro Santos

Materiales Directos.- se ha considerado adquirir aceites para dar el servicio de masajes, porque sin estos no se puede realizar el mismo, se estima que se dará 40 servicios de masajes al día porque existen 2 camillas, el tiempo estimado del servicio es de 30 minutos y la empresa laborará 10 horas al día, por lo tanto se calcula que se utilizarán 2 litros de aceite diarios, cabe indicar que 1 galón equivale a 4 litros, por lo tanto se necesitará 60 litros al

mes, que corresponde a 15 galones mensuales, debiendo adquirir al año 180 galones de aceite, además se deberá adquirir esencias naturales para los hidromasajes y los saunas, cabe indicar que estas esencias son muy concentradas por lo que se utilizará de 2ml a 5ml en cada servicio, debiendo comprar 3 litros de esencia por mes para los hidromasajes y 2 litros de esencia al mes para los saunas.

Cuadro N° 55.A

PROYECCIÓN DE MATERIALES DIRECTOS

AÑOS	VALOR TOTAL INC 5%
1	14.748,00
2	15.485,40
3	16.259,67
4	17.072,65
5	17.926,29

Elaborado: La Autora

Cuadro N° 56

PRESUPUESTO DE MANO DE OBRA DIRECTA

DENOMINACIÓN	VALORES
Sueldo Básico Unificado	360,00
Décimo Tercero	30,00
Décimo Cuarto	24,33
Vacaciones	15,00
Aporte Patronal IESS 12,15%	43,74
Aporte IESS 9,35%	33,66
Total	473,07
N° de Fisioterapeutas	2,00
Total Mensual	946,14
Total Anual	11.353,68

Elaborado: La Autora

Fuente: Cuadro N° 42

Mano de Obra Directa.- se ha considerado contratar a dos fisioterapeutas para que brinden los servicios de masajes, hidromasaje y sauna, las mismas que percibirán un sueldo básico de \$360,00 más los beneficios de ley, a partir del segundo año se cancelará además los fondos de reserva.

Cuadro N° 56.A

PROYECCIÓN DE MANO DE OBRA DIRECTA

AÑOS	VALOR TOTAL INC 5%
1	11.353,68
2	12.677,36
3	13.311,23
4	13.976,79
5	14.675,63

Elaborado: La Autora

Para el segundo año se cálculo de la siguiente manera:

$\$360 \times 2$ (Fisioterapeutas)= \$720,00 por pagar de fondos de reserva.

\$11.353,68 (1er año)+ \$720,00 (Fondos de Reserva)= 12.073,68

$\$12.073,68 \times 5\%$ de incremento = **12.677,36 (2do Año)**

Cuadro N° 57

PRESUPUESTO DE MATERIALES INDIRECTOS

DENOMINACIÓN	CANT.	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Jabones personales por cajas	360	16,00	5.760,00
Shampoos personales por cajas	360	15,00	5.400,00
TOTAL			11.160,00

Elaborado: La Autora

Fuente: Distribuidora Pedro Santos, Distribuidora Gil

Materiales Indirectos.- se estima que se utilizará diariamente unos 100 jabones y 100 shampoos, por lo tanto se multiplica por 30 días laborables y por 12 meses, cabe señalar que cada caja contiene 100 unidades de cada producto; los jabones y shampoos serán necesarios para que nuestros clientes lo utilicen después de haber utilizado nuestros servicios, se debe indicar que este cálculo va en relación a la capacidad utilizada del estudio técnico realizado, (En el 1er año se comenzará utilizando el 80% de la capacidad instalada que corresponde a 112 servicios al día).

Cuadro N° 57.A

PRESUPUESTO DE MATERIALES INDIRECTOS

AÑOS	VALOR TOTAL INC 5%
1	11.160,00
2	11.718,00
3	12.303,90
4	12.919,10
5	13.565,05

Elaborado: La Autora

Cuadro N° 58

PRESUPUESTO PARA ÚTILES DE OFICINA

DENOMINACIÓN	CANT.	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Redma de papel tamaño oficio	2	3,50	7,00
Esferos bic azul, negro	4	0,35	1,40
Corrector bic	1	1,60	1,60
Perforadora	1	2,50	2,50
Grapadora Acme	1	14,00	14,00
Caja de Grapas	1	1,50	1,50
TOTAL			28,00

Elaborado: La Autora

Fuente: Papelería Anita

Útiles de oficina.- se estimó que estos son los útiles de oficina más necesarios para realizar el trabajo diario.

Cuadro N° 58.A

PROYECCIÓN DE ÚTILES DE OFICINA

AÑOS	VALOR TOTAL INC 5%
1	28,00
2	29,40
3	30,87
4	32,41
5	34,03

Elaborado: La Autora

Cuadro N° 59

PRESUPUESTO PARA MATERIALES DE LIMPIEZA

DENOMINACIÓN	CANT.	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Escoba	2	2,87	5,74
Trapeador	2	2,33	4,66
Recogedor de Basura	1	1,52	1,52
Botes para basura	9	2,53	22,77
Desinfectante para pisos por galón	12	7,23	86,76
Franelas para limpieza	10	1,00	10,00
Baldes	2	3,16	6,32
TOTAL			137,77

Elaborado: La Autora

Fuente: Coral Hipermercado

Materiales de Limpieza.- todos estos materiales se consideraron básicos para mantener el local limpio, dentro del presupuesto se consideraron 9 botes para basura debido a que irán 3 en los baños de hombres, 3 en los baños de mujeres, 1 en oficina de administración, 1 para la secretaria y 1 en la sala de espera.

Cuadro N° 59.A

PROYECCIÓN DE MATERIALES DE LIMPIEZA

AÑOS	VALOR TOTAL INC 5%
1	137,77
2	144,66
3	151,89
4	159,49
5	167,46

Elaborado: La Autora

Cuadro N° 60

PRESUPUESTO DE SUELDOS ADMINISTRATIVOS

RUBROS	GERENTE	SECRETARIA
Sueldo Básico Unificado	500,00	400,00
Décimo Tercero	41,67	33,33
Décimo Cuarto	24,33	24,33
Vacaciones	20,83	16,67
Aporte Patronal IESS 12,15%	60,75	48,60
Aporte IESS 9,35%	46,75	37,40
Total Mensual	647,58	522,93
Total Anual	7.770,96	6.275,16
Total Anual por Pagar	14.046,12	

Elaborado: La Autora

Fuente: Cuadro N° 42

Sueldos Administrativos.- están considerados los sueldos del gerente con un sueldo de \$500,00 mensuales y la secretaria con una remuneración de \$400 más los beneficios de ley, para el segundo año se cancelarán los fondos de reserva.

Cuadro N° 60.A

PROYECCIÓN DE SUELDOS ADMINISTRATIVOS

AÑOS	VALOR TOTAL INC 5%
1	14.046,12
2	15.693,43
3	16.478,10
4	17.302,01
5	18.167,11

Elaborado: La Autora

\$500,00 (gerente) + \$400 (secretaria) = \$900,00 Total Fondos de Reserva.

\$14.046,12 (1er año)+ \$900,00 (Fondos de Reserva)= 14.946,12

\$14.946,12 x 5% de incremento = 15.693,43 (2do Año)

Cuadro N° 61

PRESUPUESTO PARA LOCAL COMERCIAL

DENOMINACIÓN	UND.	CANTIDAD	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
LOCAL DE ARRIENDO	m ²	150	450,00	5.400,00

Elaborado: La Autora

Fuente: Observación Directa

Local de arriendo.- Para poner en marcha las actividades de esta nueva empresa se necesitará un local de aproximadamente 150m², según lo que se ha podido observar este tiene un costo de \$ 450,00 mensuales, por lo tanto se calculó cuanto nos costaría anualmente y este valor se lo proyectó a cinco años, que es el tiempo que durará este estudio.

Cuadro N° 61.A

PROYECCIÓN PARA LOCAL COMERCIAL

AÑOS	VALOR TOTAL INC 5%
1	5.400,00
2	5.670,00
3	5.953,50
4	6.251,18
5	6.563,73

Elaborado: La Autora

Cuadro N° 62

PRESUPUESTO DE CONSUMO DE AGUA

DENOMINACIÓN	CANT. m³	VALOR UNITARIO	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Consumo	3600	0,48	1728	20736
Alcantarillado			864	10368
TOTAL				31.104,00

Elaborado: La Autora

Fuente: ETAPA EP – Empresa Pública Municipal de Telecomunicaciones, Agua Potable, Alcantarillado y Saneamiento de Cuenca

Consumo de Agua.- Esta empresa contará con dos hidromasajes y tres saunas y el consumo de agua se calculó en base al estudio técnico, por lo tanto se debe indicar que 1m³ es igual a 1000 litros de agua y este Spa utilizará unos 500 litros de agua aproximadamente en cada hidromasaje y cada sauna se utilizará unos 2 litros de agua aproximadamente, por lo tanto mensualmente se estima que se consumirá unos 240.000 litros de agua en los hidromasajes y unos 2.900 litros de agua en las saunas, cabe indicar que también está considerado el consumo de agua de los baños, de las duchas y lo que gastaría administración tomando un aproximado de 57.100 litros, lo que daría un total de 300.000 litros al mes y al año sería unos 3.600.000 litros de agua, lo que equivale a 3600 m³ El costo de alcantarillado se lo obtuvo tomando el 50% del consumo de agua, ya que este va incluido en la planilla de agua.

Cuadro N° 62.A

PROYECCIÓN DE CONSUMO DE AGUA

AÑOS	VALOR TOTAL INC 5%
1	31.104,00
2	32.659,20
3	34.292,16
4	36.006,77
5	37.807,11

Elaborado: La Autora

El total del consumo de agua se lo prorrateará, en un 2% a gastos administrativos y en un 98% para gastos de producción o servicios, por lo tanto los valores por consumo quedarían de la siguiente manera:

Cuadro N° 62.B

AÑOS	VALOR TOTAL CONSUMO 100%	GASTO ADMINIST. 2%	GASTOS DE PRODUCCIÓN O SERVICIO 98%
1	31.104,00	622,08	30.481,92
2	32.659,20	653,18	32.006,02
3	34.292,16	685,84	33.606,32
4	36.006,77	720,14	35.286,63
5	37.807,11	756,15	37.050,96

Elaborado: La Autora

Fuente: Cuadro N° 60.A y Observación directa de consumo de locales comerciales.

Cuadro N° 63

PRESUPUESTO DE ENERGÍA ELÉCTRICA

DENOMINACIÓN	CANT. (kw/h)	VALOR UNITARIO	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Energía eléctrica	10.800	0,10	1.080,00	12.960,00
Contribución a Bomberos			48,17	578,02
Recolección de Basura			388,26	4.659,12
Alumbrado Público			136,51	1.638,14
TOTAL				19.835,28

Elaborado: La Autora

Fuente: E.E.R.C.S - Empresa Eléctrica Regional Centro Sur

Consumo de Energía Eléctrica.- mediante asesoramiento profesional de un Ingeniero Eléctrico se pudo determinar que se utilizaría en esta empresa, unos 30 kw/h al día, que multiplicados por 30 días nos da un consumo de 900 Kw/h al mes y por 12 meses un total de 10.800 Kw/h al año, cabe indicar que además del costo de energía en la planilla de la E.E.R.C.S, constan los rubros de contribución a bomberos (4,46%), recolección de basura (35,95%) y alumbrado público (12,64%), los mismos que se los calcula de acuerdo al consumo de la energía eléctrica.

Cuadro N° 63.A

PROYECCIÓN DE CONSUMO DE ENERGÍA ELÉCTRICA

AÑOS	VALOR TOTAL INC 5%
1	19.835,28
2	20.827,04
3	21.868,40
4	22.961,82
5	24.109,91

Elaborado: La Autora

El total del consumo de energía eléctrica se lo prorrateará, en un 2% a gastos administrativos y en un 98% para gastos de producción o servicios.

Cuadro N° 63.B

AÑOS	VALOR TOTAL CONSUMO 100%	GASTO ADMINIST. 2%	GASTOS DE PRODUCCIÓN O SERVICIO 98%
1	19.835,28	396,71	19.438,57
2	20.827,04	416,54	20.410,50
3	21.868,40	437,37	21.431,03
4	22.961,82	459,24	22.502,58
5	24.109,91	482,20	23.627,71

Elaborado: La Autora

Fuente: Cuadro N° 61.A y Observación directa de consumo de locales Comerciales

Cuadro N° 64

PRESUPUESTO CONSUMO DE TELÉFONO

DENOMINACIÓN	CANT. Minutos	VALOR UNITARIO	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Telefonía	1.200	0,03	36,00	432,00

Elaborado: La Autora

Fuente: ETAPA EP – Empresa Pública Municipal de Telecomunicaciones, Agua Potable, Alcantarillado y Saneamiento de Cuenca

Consumo de Teléfono.- se ha considerado que el consumo será de unos 1200 minutos al mes aproximadamente, que multiplicado por 12 meses serán 14.400 minutos al año, esta cantidad se la tomó en referencia al consumo de otros locales comerciales.

Cuadro N° 64.A

PROYECCIÓN CONSUMO DE TELÉFONO

AÑOS	VALOR TOTAL INC 5%
1	432,00
2	453,60
3	476,28
4	500,09
5	525,10

Elaborado: La Autora

Cuadro N° 65

PRESUPUESTO DE PROMOCIÓN EN VENTAS

DENOMINACIÓN	CANT.	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Servicio sauna gratis	10	4,00	40,00

Elaborado: La Autora

Fuente: Cuadro N° 30

Promoción en ventas.- mediante el estudio de mercado se pudo conocer que los demandantes prefieren de promoción un servicio de sauna gratis, por lo tanto se consideró ofrecerles a los diez primeros clientes.

Cuadro N° 66

PRESUPUESTO DE PUBLICIDAD

DENOMINACIÓN	TIEMPO	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Publicidad cuña radial	3 meses	320,00	960,00

Elaborado: La Autora

Fuente: Cuadro N° 31

Cuadro N° 66.A

PROYECCIÓN DE PUBLICIDAD

AÑOS	VALOR TOTAL INC 5%
1	960,00
2	1.008,00
3	1.058,40
4	1.111,32
5	1.166,89

Publicidad.- se ha considerado realizar anualmente cuñas publicitarias, las mismas que serán por un lapso de tres meses en la emisora FM.88, porque los demandantes prefieren conocer de los servicios de esta nueva empresa, por medio de esta emisora, información que se la obtuvo del estudio de mercado.

A continuación se detalla el total de los activos circulantes para un año de operación:

Cuadro N° 67

INVERSIONES EN ACTIVO CIRCULANTE

ACTIVO	CUADRO N°	VALOR
Materiales Directos	53	14.748,00
Mano de Obra Directa	54	11.353,68
Materiales Indirectos	55	11.160,00
Útiles de Oficina	56	28,00
Materiales de Limpieza	57	137,77
Sueldos Administrativos	58	14.046,12
Local de Arriendo	59	5.400,00
Consumo de Agua	60	31.104,00
Consumo de Luz	61	19.835,28
Servicio de Teléfono	62	432,00
Promoción	63	40,00
Publicidad	64	960,00
Imprevistos 5%		5.462,24
TOTAL		114.707,09

Elaborado: La Autora

Fuente: Presupuestos

Para comenzar a operar se necesitará para el primer mes la cantidad que detalla a continuación:

Cuadro N° 68

ACTIVO	CUADRO N°	VALOR
RUBROS CALCULADOS PARA UN MES DE OPERACIÓN		
Materiales Directos	53	1.229,00
Mano de Obra Directa	54	946,14
Materiales Indirectos	55	930,00
Útiles de Oficina	56	2,33
Materiales de Limpieza	57	11,48
Sueldos Administrativos	58	1.170,51
Local de Arriendo	59	450,00
Consumo de Agua	60	2.592,00
Consumo de Luz	61	1.652,94
Servicio de Teléfono	62	36,00
Promoción	63	40,00
Publicidad	64	320,00
Imprevistos 5%		455,19
TOTAL		9.835,59

Elaborado: La Autora

Fuente: Presupuestos

4. RESUMEN DE INVERSIÓN TOTAL PREVISTA

El resumen de la inversión total se demuestra en el siguiente cuadro:

Cuadro N° 69

INVERSIÓN TOTAL

ACTIVOS	VALOR
Activo Fijo	10.586,49
Activo Diferido	954,45
Activo Circulante	9.835,59
TOTAL	21.376,53

Elaborado: La Autora

Fuente: Cuadro N° 50,52 y 67

5. FINANCIAMIENTO DE LA INVERSIÓN

La inversión de este proyecto será de fuentes internas o sea con capital propio de los socios, los mismos que invertirán de la siguiente manera:

Cuadro N° 70

SOCIO	PORCENTAJE	VALOR
Sonia Montero	53,22	11.376,53
Miguel Montero	23,39	5.000,00
Walter Montero	23,39	5.000,00
TOTAL INVERSIÓN	100%	21.376,53

Elaborado: La Autora

6. PRESUPUESTO DE OPERACIÓN

Cuadro N° 71

DESCRIPCIÓN	AÑO 1			AÑO 2			AÑO 3			AÑO 4			AÑO 5		
	COSTOS FIJOS	COSTOS VARIABLES	COSTOS TOTALES	COSTOS FIJOS	COSTOS VARIABLES	COSTOS TOTALES	COSTOS FIJOS	COSTOS VARIABLES	COSTOS TOTALES	COSTOS FIJOS	COSTOS VARIABLES	COSTOS TOTALES	COSTOS FIJOS	COSTOS VARIABLES	COSTOS TOTALES
COSTOS DE PRODUCCIÓN															
COSTO PRIMO															
Materiales Directos		14.748,00			15.485,40			16.259,67			17.072,65			17.926,29	
Mano de Obra Directa		11.353,68			12.677,36			13.311,23			13.976,79			14.675,63	
Imprevistos 5%	1.305,08			1.408,14			1.478,55			1.552,47			1.630,10		
Total Costos Primos	1.305,08	26.101,68	27.406,76	1.408,14	28.162,76	29.570,90	1.478,55	29.570,90	31.049,45	1.552,47	31.049,44	32.601,91	1.630,10	32.601,92	34.232,02
COSTOS INDIRECTOS DE PRODUCCIÓN															
Materiales Indirectos		11.160,00			11.718,00			12.303,90			12.919,10			13.565,05	
Depreciación de Equipos e Implementos	261,97			261,97			261,97			261,97			261,97		
Depreciación de Adecuaciones e Inst.	271,08			271,08			271,08			271,08			271,08		
Suministros de Spa	1.278,90			1.342,85			1.409,99			1.480,49			1.554,51		
Agua Potable		30.481,92			32.006,02			33.606,32			35.286,63			37.050,96	
Energía Eléctrica		19.438,57			20.410,50			21.431,03			22.502,58			23.627,71	
Amortización de Activos Diferidos	190,89			190,89			190,89			190,89			190,89		
Imprevistos 5%	3154,17			3.310,07			3.473,76			3.645,64			3.826,11		
Total Costos Indirectos de Producción	5.157,01	61.080,49	66.237,50	5.376,86	64.134,52	69.511,38	5.607,69	67.341,25	72.948,94	5.850,06	70.708,31	76.558,37	6.104,56	74.243,72	80.348,28
TOTAL COSTOS DE PRODUCCIÓN	6.462,09	87.182,17	93.644,26	6.785,00	92.297,28	99.082,28	7.086,23	96.912,15	103.998,38	7.402,54	101.757,75	109.160,28	7.734,66	106.845,64	114.580,30
GASTOS DE OPERACIÓN															
GASTOS ADMINISTRATIVOS															
Sueldos Administrativos	14.046,12			15.693,43			16.478,10			17.302,01			18.167,11		
Depreciación de Muebles de Oficina	130,69			130,69			130,69			130,69			130,69		
Depreciación de Equipos de Computación	292,64			292,64			301,51			-			-		
Depreciación de Equipos de Oficina	9,45			9,45			9,45			9,45			9,45		
Útiles de Oficina	28,00			29,40			30,87			32,41			34,03		
Materiales de Limpieza	137,77			144,66			151,89			159,49			167,46		
Arriendo Local	5.400,00			5.670,00			5.953,50			6.251,18			6.563,73		
Luz	396,71			416,54			437,37			459,24			482,20		
Agua Potable	622,08			653,18			685,84			720,14			756,15		
Teléfono	432,00			453,60			476,28			500,09			525,10		
Imprevistos 5%	1074,85			1.174,75			1.232,41			1.278,23			1.341,80		
Total Gastos Administrativos	22.570,31		22.570,31	24.668,35		24.668,35	25.887,91		25.887,91	26.842,92		26.842,92	28.177,72		28.177,72
GASTOS DE VENTA															
Promoción	40			-			-			-			-		
Publicidad	960			1.008,00			1.058,40			1.111,32			1.166,89		
Imprevistos 5%	50			50,04			52,92			55,57			58,34		
Total Gastos de Venta	1.050,00		1.050,00	1058,04		1058,04	1111,32		1111,32	1166,89		1166,89	1.225,23		1.225,23
TOTAL GASTOS DE OPERACIÓN	23.620,31		23.620,31	25.726,39		25.726,39	26.999,23		26.999,23	28.009,81		28.009,81	29.402,94		29.402,94
COSTOS TOTALES DE PRODUCCIÓN	30.082,40	87.182,17	117.264,57	32.511,38	92.297,28	124.808,66	34.085,46	96.912,15	130.997,61	35.412,35	101.757,75	137.170,09	37.137,60	106.845,64	143.983,24

Elaborado: La Autora

ESTRUCTURA DE COSTOS Y ESTABLECIMIENTO DE INGRESOS DEL PROYECTO

La estructura de los costos se lo realizó en base a los datos numéricos que se obtuvo de los costos de producción y de operación.

Cuadro N° 72

ESTRUCTURA DE COSTOS AÑO 1	
PRODUCTO	PRODUCCIÓN ANUAL
Servicio de Masajes, Hidromasaje y Sauna	40.544 Servicios
COSTOS DE PRODUCCIÓN	
Costos Primos	27.406,76
+ Gastos Indirectos de Producción	66.237,50
TOTAL	93.644,26
COSTOS DE OPERACIÓN	
Gastos Administrativos	22.570,31
+ Gastos de Ventas	1.050,00
TOTAL	23.620,31
COSTO TOTAL	117.264,57

Elaborado: La Autora
Fuente: Cuadro N° 69

COSTO UNITARIO

C. Unitario = Costo Total / Unidades Producidas o Servicios

C. Unitario = 117.264,57 / 40.544

COSTO UNITARIO = 2,89

PRECIO DEL VENTA AL PÚBLICO

Costo Unitario = 2,89

Margen de Utilidad = 30%

P.V.P = Costo Unitario + Margen de Utilidad

P.V.P = 2,89 + 0,87

PRECIO DE VENTA AL PÚBLICO = 3,76

INGRESOS POR VENTAS

Ingreso por Ventas = Total de Unidades Producidas X P.V.P

Ingresos por Ventas = 40.544 x 3,76

INGRESOS POR VENTAS AÑO 1 = 152.445,44 Dólares

Cuadro N° 73

ESTRUCTURA DE COSTOS AÑO 2	
PRODUCTO	PRODUCCIÓN ANUAL
Servicio de Masajes, Hidromasaje y Sauna	43.078 Servicios
COSTOS DE PRODUCCIÓN	
Costos Primos	29.570,90
+ Gastos Indirectos de Producción	69.511,38
TOTAL	99.082,28
COSTOS DE OPERACIÓN	
Gastos Administrativos	24.668,35
+ Gastos de Ventas	1.058,04
TOTAL	25.726,39
COSTO TOTAL	124.808,66

Elaborado: La Autora

Fuente: Cuadro N° 69

COSTO UNITARIO

C. Unitario = Costo Total / Unidades Producidas o Servicios

C. Unitario = 124.808,66 / 43.078

COSTO UNITARIO = 2,90**PRECIO DEL VENTA AL PÚBLICO**

Costo Unitario = 2,90

Margen de Utilidad = 30%

P.V.P = Costo Unitario + Margen de Utilidad

P.V.P = 2,90 + 0,87

PRECIO DE VENTA AL PÚBLICO = 3,77

INGRESOS POR VENTAS

Ingreso por Ventas = Total de Unidades Producidas X P.V.P

Ingresos por Ventas = 43.078 x 3,77

INGRESOS POR VENTAS AÑO 2 = 162.404,06 Dólares

Cuadro N° 74

ESTRUCTURA DE COSTOS AÑO 3	
PRODUCTO	PRODUCCIÓN ANUAL
Servicio de Masajes, Hidromasaje y Sauna	45.612 Servicios
COSTOS DE PRODUCCIÓN	
Costos Primos	31.049,45
+ Gastos Indirectos de Producción	72.948,94
TOTAL	103.998,38
COSTOS DE OPERACIÓN	
Gastos Administrativos	25.887,91
+ Gastos de Ventas	1.111,32
TOTAL	26.999,23
COSTO TOTAL	130.997,61

Elaborado: La Autora

Fuente: Cuadro N° 69

COSTO UNITARIO

C. Unitario = Costo Total / Unidades Producidas o Servicios

C. Unitario = 130.997,61/ 45.612

COSTO UNITARIO = 2,87**PRECIO DEL VENTA AL PÚBLICO**

Costo Unitario = 2,87

Margen de Utilidad = 30%

P.V.P = Costo Unitario + Margen de Utilidad

P.V.P = 2,87 + 0,86

PRECIO DE VENTA AL PÚBLICO = 3,73

INGRESOS POR VENTAS

Ingreso por Ventas = Total de Unidades Producidas X P.V.P

Ingresos por Ventas = 45.612 x 3,73

INGRESOS POR VENTAS AÑO 3 = 170.132,76 Dólares

Cuadro N° 75

ESTRUCTURA DE COSTOS AÑO 4	
PRODUCTO	PRODUCCIÓN ANUAL
Servicio de Masajes, Hidromasaje y Sauna	48.146 Servicios
COSTOS DE PRODUCCIÓN	
Costos Primos	32.601,91
+ Gastos Indirectos de Producción	76.558,37
TOTAL	109.160,28
COSTOS DE OPERACIÓN	
Gastos Administrativos	26.842,92
+ Gastos de Ventas	1.166,89
TOTAL	28.009,81
COSTO TOTAL	137.170,09

Elaborado: La Autora

Fuente: Cuadro N° 69

COSTO UNITARIO

C. Unitario = Costo Total / Unidades Producidas o Servicios

C. Unitario = 137.170,09 / 48.146

COSTO UNITARIO = 2,85

PRECIO DEL VENTA AL PÚBLICO

Costo Unitario = 2,85

Margen de Utilidad = 30%

P.V.P = Costo Unitario + Margen de Utilidad

P.V.P = 2,85 + 0,86

PRECIO DE VENTA AL PÚBLICO = 3,71

INGRESOS POR VENTAS

Ingreso por Ventas = Total de Unidades Producidas X P.V.P

Ingresos por Ventas = 48.146 x 3,71

INGRESOS POR VENTAS AÑO 4 = 178.621,66

Cuadro N° 76

ESTRUCTURA DE COSTOS AÑO 5	
PRODUCTO	PRODUCCIÓN ANUAL
Servicio de Masajes, Hidromasaje y Sauna	50.173 Servicios
COSTOS DE PRODUCCIÓN	
Costos Primos	34.232,02
+ Gastos Indirectos de Producción	80.348,28
TOTAL	114.580,30
COSTOS DE OPERACIÓN	
Gastos Administrativos	28.177,72
+ Gastos de Ventas	1.225,23
TOTAL	29.402,94
COSTO TOTAL	143.983,24

Elaborado: La Autora

Fuente: Cuadro N° 69

COSTO UNITARIO

C. Unitario = Costo Total / Unidades Producidas o Servicios

C. Unitario = 143.983,24 / 50.173

COSTO UNITARIO = 2,87**PRECIO DEL VENTA AL PÚBLICO**

Costo Unitario = 2,87

Margen de Utilidad = 30%

P.V.P = Costo Unitario + Margen de Utilidad

P.V.P = 2,87 + 0,86

PRECIO DE VENTA AL PÚBLICO = 3,73

INGRESOS POR VENTAS

Ingreso por Ventas = Total de Unidades Producidas X P.V.P

Ingresos por Ventas = 50.173 x 3,73

INGRESOS POR VENTAS AÑO 5 = 187.145,29

ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS PROFORMA

Mediante este estado financiero proforma, podremos conocer si la nueva empresa “Renova Spa”, obtendrá ganancias o pérdidas durante este proyecto.

Cuadro N° 77

CONCEPTO	AÑO N° 1	AÑO N° 2	AÑO N° 3	AÑO N° 4	AÑO N° 5
INGRESOS					
Ingreso por Ventas	152.445,44	162.404,06	170.132,76	178.621,66	187.145,29
Total de Ingresos	152.445,44	162.404,06	170.132,76	178.621,66	187.145,29
Egresos					
Costo de Operación	117.264,57	124.808,66	130.997,61	137.170,09	143.983,24
15% Utilidad a Trabajadores	5.277,13	5.639,31	5.870,27	6.217,74	6.474,31
25% Impuesto a la Renta	7.475,93	7.989,02	8.316,22	8.808,46	9.171,94
10% Reserva Legal	2.242,78	2.396,71	2.494,87	2.642,54	2.751,58
Total de Egresos	132.260,42	140.833,70	147.678,97	154.838,82	162.381,06
UTILIDAD LÍQUIDA DEL EJERCICIO	20.185,02	21.570,36	22.453,79	23.782,84	24.764,23

Elaborado: La Autora

PUNTO DE EQUILIBRIO

AÑO 1

a. EN FUNCIÓN DE LA CAPACIDAD INSTALADA

$$PE = \frac{\text{Costo Fijo Total}}{\text{Ventas Totales} - \text{Costo Variable Total}} \times 100$$

$$PE = \frac{30.082,40}{152.445,44 - 87.182,17} \times 100$$

PE = 46,09 %

b. EN FUNCIÓN DE LAS VENTAS

$$PE = \frac{\text{Costo Fijo Total}}{1 - \frac{\text{Costo Variable Total}}{\text{Ventas totales}}}$$

$$PE = \frac{30.082,40}{1 - \frac{87.182,17}{152.445,44}}$$

PE = 69.959,07 Dólares

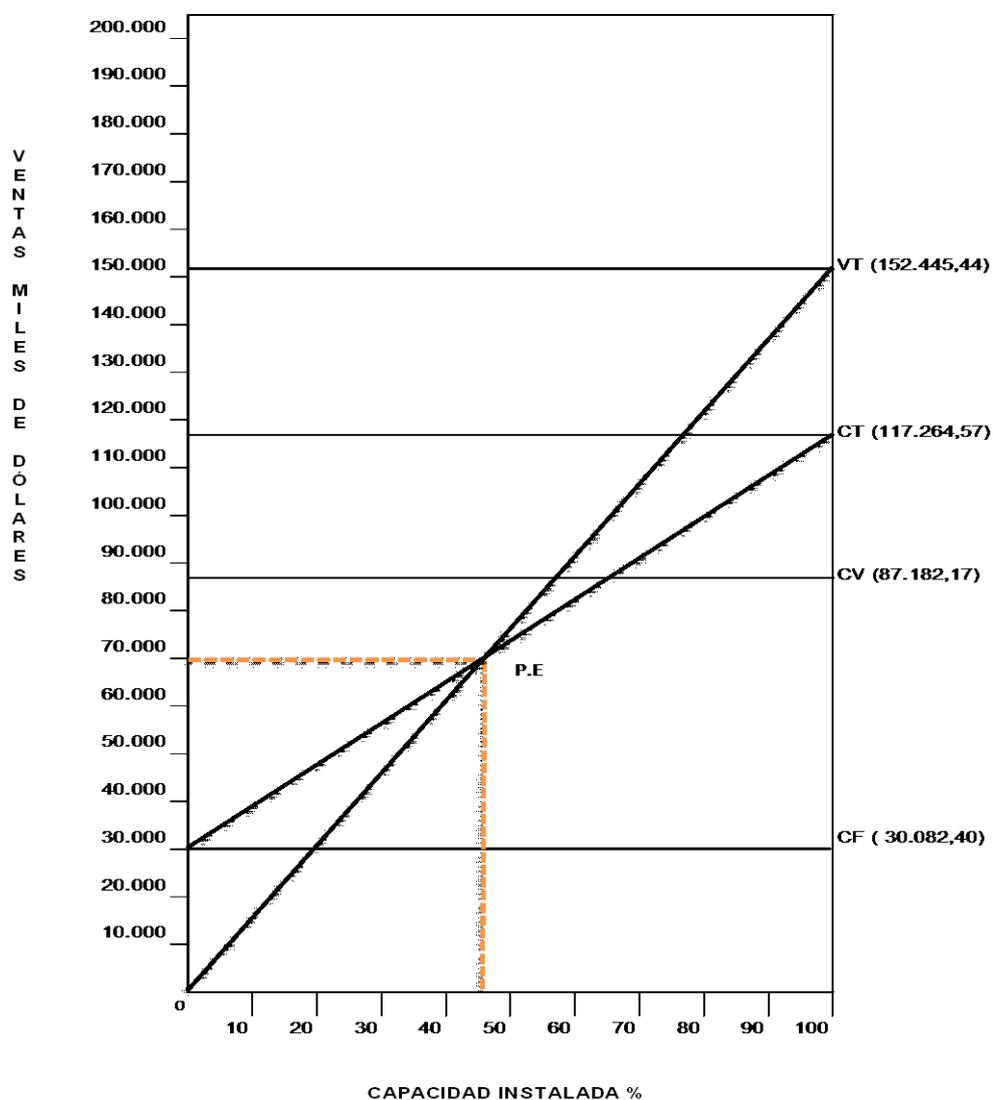
ANÁLISIS.- Mediante los resultados obtenidos podemos decir que el punto de equilibrio en el año 1 se da en las ventas a los \$ 69.959,07 y al 46,09% en la capacidad instalada de la empresa, siendo positivo porque el

porcentaje de la capacidad no es alto, lo que nos demuestra según el gráfico siguiente que esta empresa si obtendrá ganancias.

AÑO 1

PUNTO DE EQUILIBRIO

Gráfico Nº 23



PUNTO DE EQUILIBRIO

AÑO 2

a. EN FUNCIÓN DE LA CAPACIDAD INSTALADA

$$PE = \frac{\text{Costo Fijo Total}}{\text{Ventas Totales} - \text{Costo Variable Total}} \times 100$$

$$PE = \frac{32.511,38}{162.404,06 - 92.297,28} \times 100$$

PE = 46,37 %

b. EN FUNCIÓN DE LAS VENTAS

$$PE = \frac{\text{Costo Fijo Total}}{1 - \frac{\text{Costo Variable Total}}{\text{Ventas totales}}}$$

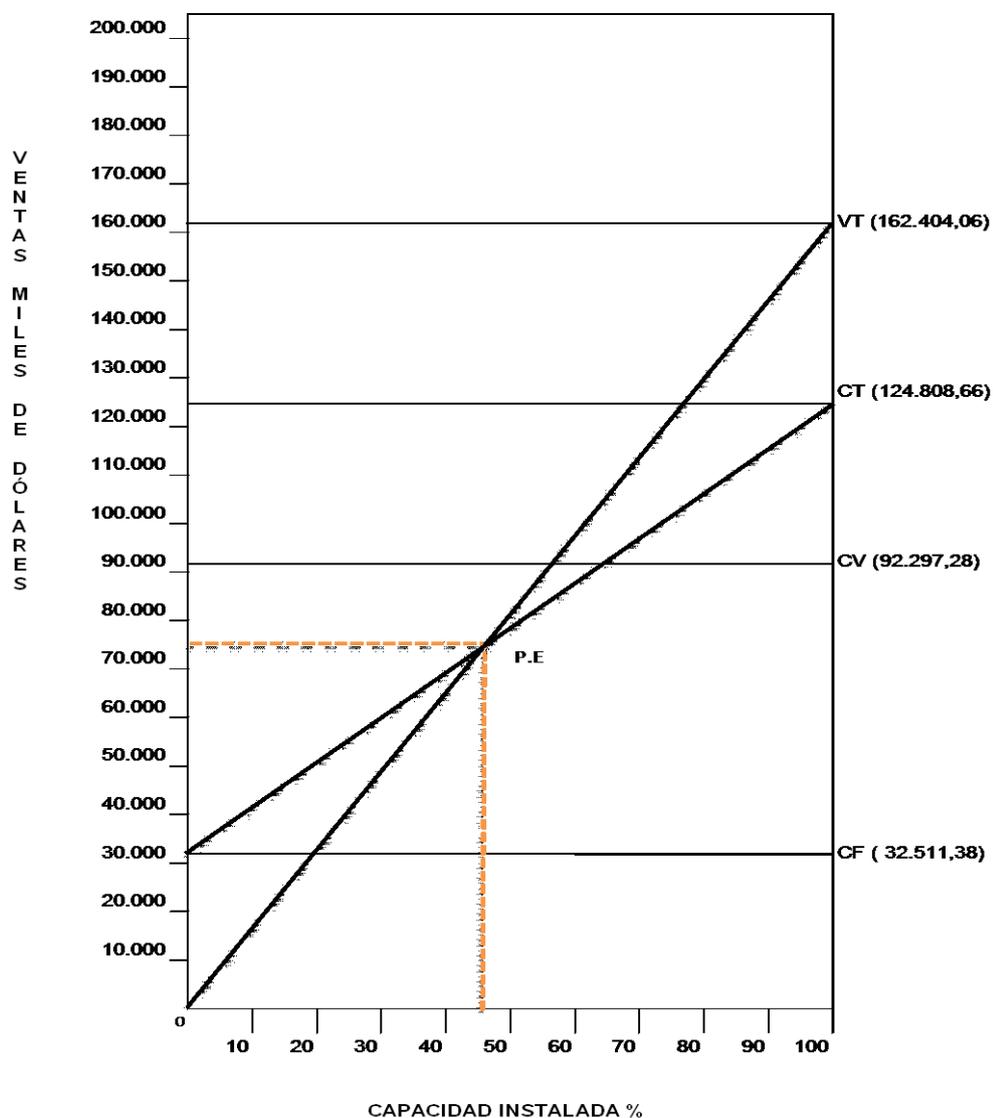
$$PE = \frac{32.511,38}{1 - \frac{92.297,28}{162.404,06}}$$

PE = 75.607,86 Dólares

ANÁLISIS.- En el año 2, el punto de equilibrio se da a los \$75.607,86 en ventas y a los 46,37% en la capacidad instalada, lo que nos demuestra que el porcentaje aumentó pero muy poco y las ventas si aumentaron

considerablemente, siendo positivo ya que este estudio nos indica que la nueva empresa si obtendrá ganancias.

AÑO 2 PUNTO DE EQUILIBRIO Gráfico N° 24



PUNTO DE EQUILIBRIO

AÑO 3

a. EN FUNCIÓN DE LA CAPACIDAD INSTALADA

$$PE = \frac{\text{Costo Fijo Total}}{\text{Ventas Totales} - \text{Costo Variable Total}} \times 100$$

$$PE = \frac{34.085,46}{170.132,76 - 96.912,15} \times 100$$

PE = 46,55 %

b. EN FUNCIÓN DE LAS VENTAS

$$PE = \frac{\text{Costo Fijo Total}}{1 - \frac{\text{Costo Variable Total}}{\text{Ventas totales}}}$$

$$PE = \frac{34.085,46}{1 - \frac{96.912,15}{170.132,76}}$$

PE = 79.268,51 Dólares

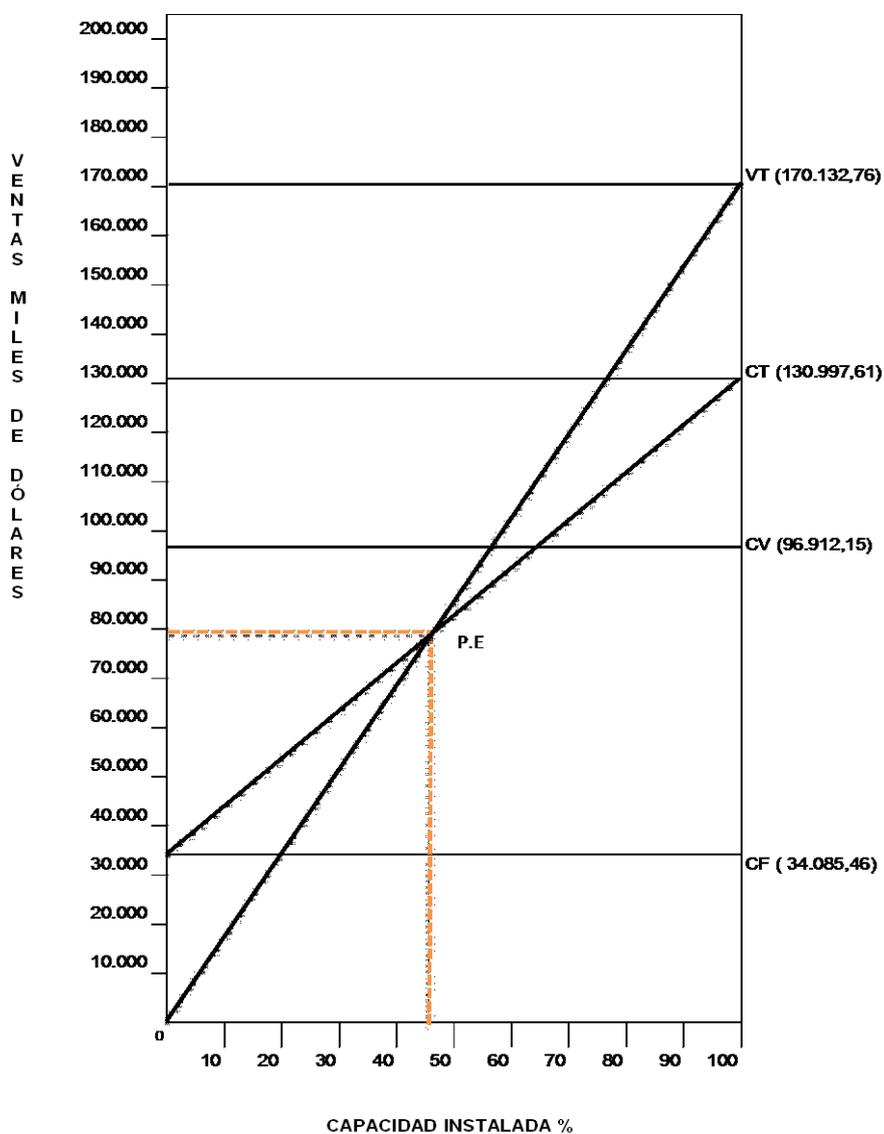
ANÁLISIS.- Para el año 3 el punto de equilibrio se da a los \$ 79.268,51 en las ventas y a los 46,55 % en la capacidad instalada, lo que nos indica que el

porcentaje de la capacidad no ha variado en gran cantidad, pero las ventas si aumentaron, demostrándonos que sí se obtendrá ganancias en ese año.

AÑO 3

PUNTO DE EQUILIBRIO

Gráfico N° 25



PUNTO DE EQUILIBRIO

AÑO 4

a. EN FUNCIÓN DE LA CAPACIDAD INSTALADA

$$PE = \frac{\text{Costo Fijo Total}}{\text{Ventas Totales} - \text{Costo Variable Total}} \times 100$$

$$PE = \frac{35.412,35}{178.621,66 - 101.757,75} \times 100$$

PE = 46,07 %

b. EN FUNCIÓN DE LAS VENTAS

$$PE = \frac{\text{Costo Fijo Total}}{1 - \frac{\text{Costo Variable Total}}{\text{Ventas totales}}}$$

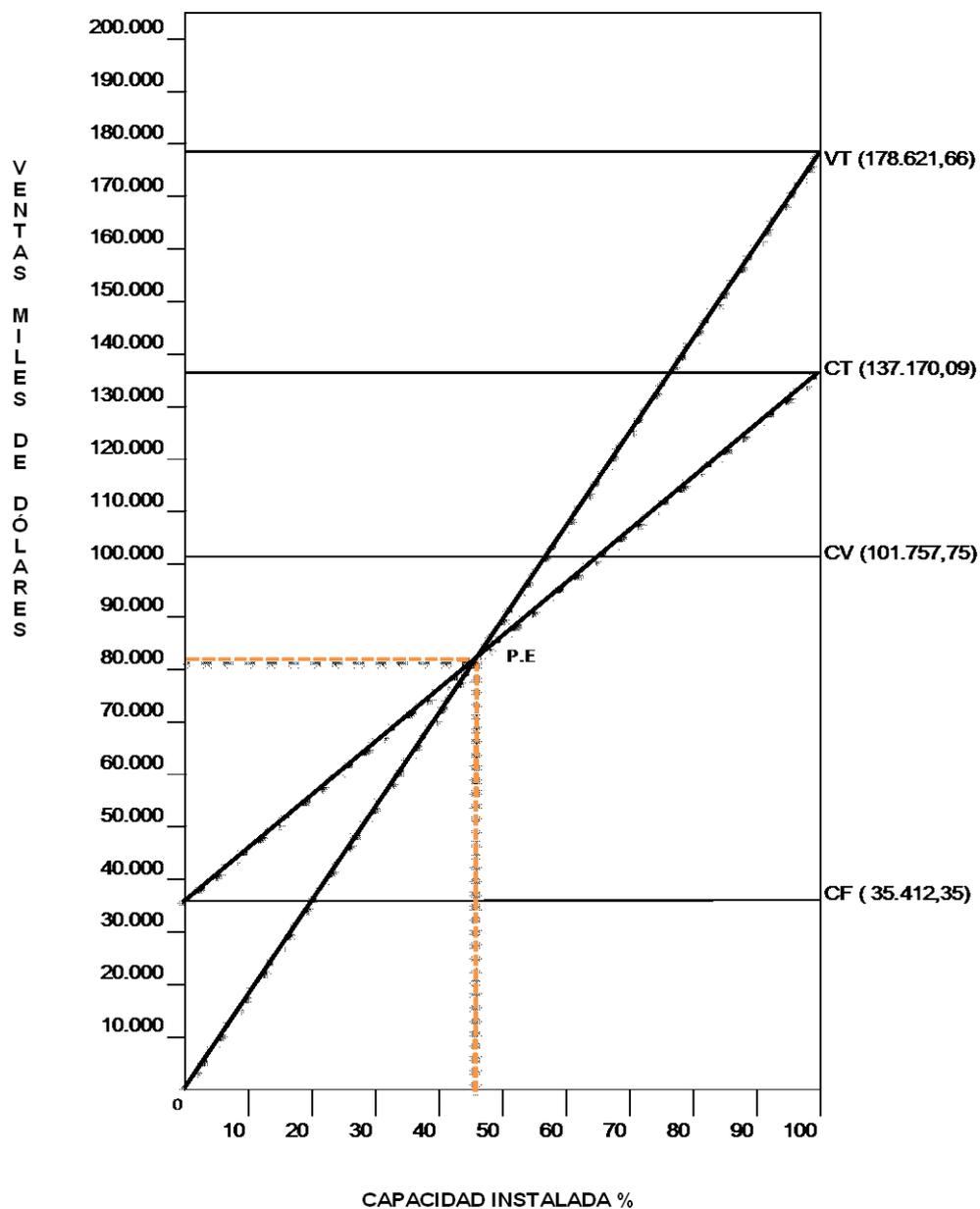
$$PE = \frac{35.412,35}{1 - \frac{101.757,75}{178.621,66}}$$

PE = 82.354,30 Dólares

ANÁLISIS.- Para este año el punto de equilibrio está en \$ 82.354,30 en las ventas y en la capacidad instalada al 46,07 %, demostrándonos que igualmente aumentaron las ventas y disminuyó un poco la capacidad

instalada, siendo muy positivo porque demuestra que esta empresa crecerá económicamente.

AÑO 4
PUNTO DE EQUILIBRIO
Gráfico N° 26



PUNTO DE EQUILIBRIO

AÑO 5

a. EN FUNCIÓN DE LA CAPACIDAD INSTALADA

$$PE = \frac{\text{Costo Fijo Total}}{\text{Ventas Totales} - \text{Costo Variable Total}} \times 100$$

$$PE = \frac{37.137,60}{187.145,29 - 106.845,64} \times 100$$

PE = 46,25%

b. EN FUNCIÓN DE LAS VENTAS

$$PE = \frac{\text{Costo Fijo Total}}{1 - \frac{\text{Costo Variable Total}}{\text{Ventas totales}}}$$

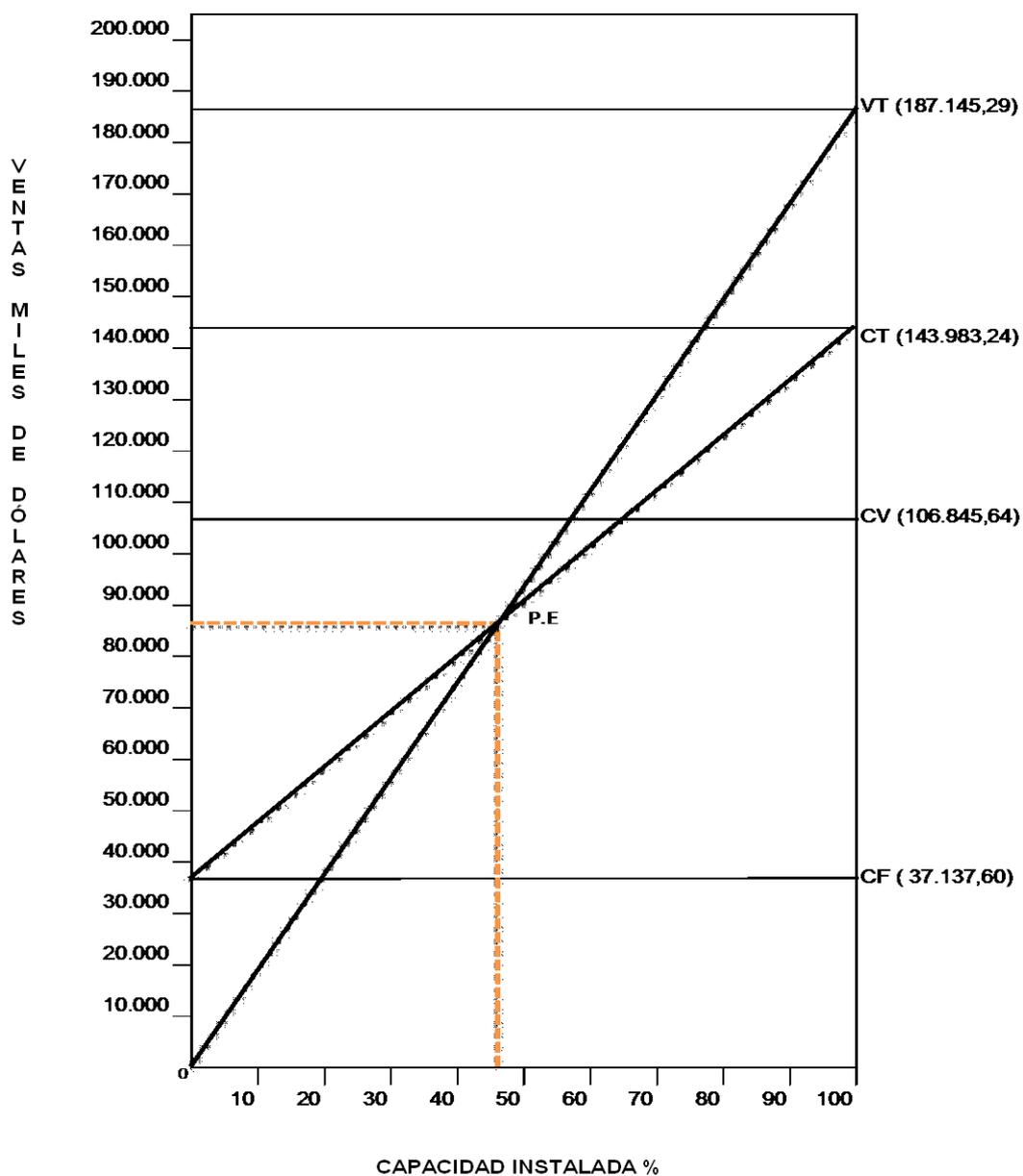
$$PE = \frac{37.137,60}{1 - \frac{106.845,64}{187.145,29}}$$

PE = 86.366,51 Dólares

ANÁLISIS.- En el año 5 el punto de equilibrio se al 46,25% de la capacidad instalada y en las ventas a los \$ 86.366,5, indicándonos que en este año

también se obtendrán ganancias ya que los ingresos serán mayores a los costos generados.

AÑO 5 PUNTO DE EQUILIBRIO Gráfico N° 27



EVALUACIÓN FINANCIERA

Para evaluar este proyecto en primer lugar se elaboró un flujo de caja proyectado, con el fin de establecer los ingresos y los egresos, para así determinar el flujo neto de caja.

Cuadro N° 78

FLUJO DE CAJA PROYECTADO

CONCEPTO	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
INGRESOS						
Ventas		152.445,44	162.404,06	170.132,76	178.621,66	187.145,29
Valor Residual				436,77		
Capital propio	21.376,53					
Total de Ingresos	21.376,53	152.445,44	162.404,06	170.569,53	178.621,66	187.145,29
EGRESOS						
Activo Fijo	10.586,49					
Activo Diferido	954,45					
Activo Circulante	9.835,59					
Presupuesto de Operación		117.264,57	124.808,66	130.997,61	137.170,09	143.983,24
Reinversión					1.608,80	
Participación de Utilidades		5.277,13	5.639,31	5.935,79	5.976,42	6.474,31
Impuesto a la Renta		7.475,93	7.989,02	8.409,03	8.466,59	9.171,94
Reserva Legal		2.242,78	2.396,71	2.522,71	2.539,98	2.751,58
Total de Egresos	21.376,53	132.260,41	140.833,70	147.865,14	155.761,87	162.381,07
FLUJO NETO DE CAJA	0,00	20.185,03	21.570,36	22.704,39	22.859,79	24.764,22

Elaborado: La Autora

Con el fin de determinar si este proyecto es factible se lo analizará mediante los siguientes criterios de evaluación:

- VALOR ACTUAL NETO
- TASA INTERNA DE RETORNO
- RELACIÓN BENEFICIO COSTO
- RECUPERACIÓN DE CAPITAL
- ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD

VALOR ACTUAL NETO

El valor actual neto se lo obtuvo de la siguiente manera:

Datos:

FNC = Flujo Neto de Caja.

I = Inversión

i = Tasa de Interés

n = Número de periodos

Para obtener el Valor Actual Neto (VAN) aplicaremos las fórmulas siguientes:

VAN = Sumatoria de Flujo Neto de Caja - Inversión

$VAN = \sum FNC - I$

FA = Factor de actualización

Formula:

$$FA = 1/(1+i)^n$$

VA= Valor Actualizado

VA = Flujo Neto x Factor de Actualización

Cuadro N° 79

AÑOS	FLUJO NETO	FACTOR ACT. 4,53 %	VALOR ACTUALIZADO
0	21.376,53		
1	20.185,03	0,956663159	19.310,27
2	21.570,36	0,9152044	19.741,29
3	22.704,39	0,875542332	19.878,65
4	22.859,79	0,837599093	19.147,34
5	24.764,22	0,801300194	19.843,57
Elaborado: La Autora			97.921,13
			21.376,53
			76.544,60

VAN = Sumatoria Flujo Neto – Inversión

VAN = 97.921,13 - 21.376,53

VAN = 76.544,60

ANÁLISIS.- El resultado obtenido del VAN es positivo y mayor a uno, por lo tanto nos demuestra que es conveniente realizar este proyecto.

Para obtener el VAN se tomó como referencia la tasa de interés pasiva del 4,53% (tasa vigente septiembre año 2012 Banco Central del Ecuador), cabe indicar que este proyecto contará con capital propio de los socios y no de préstamos bancarios, por tal razón se aplicó la tasa referencial más baja.

TASA INTERNA DE RETORNO

Para obtener la TIR se aplicaron las siguientes fórmulas:

FA = Factor de actualización

Formula:

$$FA = 1/(1+i)^n$$

VAN = ΣFNC - I

$$TIR = Tm + Dt \left(\frac{VAN_{MENOR}}{VAN_{MENOR} - VAN_{MAYOR}} \right)$$

Cuadro N° 80

AÑOS	FLUJO NETO	ACTUALIZACION			
		FACTOR ACT.	VAN MENOR	FACTOR ACT.	VAN MAYOR
		95%		97%	
0	21.376,53		21.376,53		21.376,53
1	20.185,03	0,512820513	10.351,30	0,507614213	10.246,21
2	21.570,36	0,262984878	5.672,68	0,257672189	5.558,08
3	22.704,39	0,13486404	3.062,01	0,130798066	2.969,69
4	22.859,79	0,069161046	1.581,01	0,066394957	1.517,77
5	24.764,22	0,035467203	878,32	0,033703024	834,63
			168,78		-250,15

Elaborado: La Autora

$$TIR = 95 + 2 \left(\frac{168,78}{168,78 + 250,15} \right)$$

TIR = 95,81 % TIR= 0,9581

ANÁLISIS.- El resultado obtenido de la TIR es 95,81 %, el mismo que es mayor que la tasa del costo de capital (4,53%), lo que nos indica que si es conveniente realizar este proyecto.

RELACIÓN BENEFICIO COSTO

Cuadro N° 81

AÑOS	ACTUALIZACIÓN COSTO TOTAL			ACTUALIZACIÓN INGRESOS		
	COSTO TOTAL ORIG.	FACTOR ACT.	COSTO ACTUALIZADO	INGRESO ORIGINAL	FACTOR ACT.	INGRESO ACTUALIZADO
		4,53%			4,53%	
1	117.264,57	0,956663159	112.182,69	152.445,44	0,956663159	145.838,94
2	124.808,66	0,9152044	114.225,43	162.404,06	0,9152044	148.632,91
3	130.997,61	0,875542332	114.693,95	170.132,76	0,875542332	148.958,43
4	137.170,09	0,837599093	114.893,54	178.621,66	0,837599093	149.613,34
5	143.983,24	0,801300194	115.373,80	187.145,29	0,801300194	149.959,56
	TOTAL COSTOS		571.369,42	TOTAL INGRESOS		743.003,18

Elaborado: La Autora

$$\text{RELACIÓN BENEFICIO COSTO} = \frac{\text{Ingreso Actualizado}}{\text{Costo Actualizado}} = \frac{743.003,18}{571.369,42} = 1,30$$

ANÁLISIS.- Según el resultado obtenido la relación beneficio costo para el proyecto es mayor que uno (1,30), por lo tanto es financieramente aceptado lo que significa que por cada dólar invertido se obtendrá 0,30 centavos de rentabilidad o utilidad.

PERÍODO DE RECUPERACIÓN DE CAPITAL

Cuadro N° 82

AÑOS	INVERSIÓN	FLUJO NETO	FLUJO ACUMULADO
0	21.376,53		
1		20.185,03	20.185,03
2		21.570,36	41.755,39
3		22.704,39	64.459,78
4		22.859,79	87.319,57
5		24.764,22	112.083,79

Elaborado: La Autora

PRC= AÑO ANTERIOR A CUBRIR LA INVERSIÓN + $\frac{\text{INVERSIÓN} - \sum \text{PRIMEROS FLUJOS}}{\text{FLUJO DE AÑO QUE SUPERA LA INVERSIÓN}}$

$$\text{PRC} = 1 + \frac{21.376,53 - 20.185,03}{21.570,36}$$

$$\text{PRC} = 1 + \frac{1.191,50}{21.570,36}$$

$$\text{PRC} = 1 + 0,06$$

$$\text{PRC} = 1,06 \quad \longrightarrow \quad 1 \text{ AÑOS}$$

$$\text{PRC} = 0,06 \times 12 \text{ (MESES)} = 0,72 \quad \longrightarrow \quad 0 \text{ MESES}$$

$$\text{PRC} = 0,72 \times 30 \text{ (DIAS)} = 22 \quad \longrightarrow \quad 22 \text{ DÍAS}$$

ANÁLISIS.- La nueva empresa de Spa, podrá recuperar el capital invertido en un año y 22 días.

ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD

Para realizar el análisis de sensibilidad en los costos, se consideró un incremento del 20,40%.

Cuadro N° 83

AÑOS	COSTO TOTAL ORIGINAL	COSTO TOTAL ORIGINAL	INGRESO ORIGINAL	ACTUALIZACIÓN				
				FLUJO NETO	FACTOR ACT.	VALOR ACTUAL	FACTOR ACT.	VALOR ACTUAL
		20,40%			49%		51%	
						21.376,53		21.376,53
1	117.264,57	141.186,54	152.445,44	11.258,90	0,67114094	7.556,31	0,662251656	7.456,22
2	124.808,66	150.269,63	162.404,06	12.134,43	0,450430161	5.465,71	0,438577255	5.321,89
3	130.997,61	157.721,12	170.132,76	12.411,64	0,302302121	3.752,06	0,290448513	3.604,94
4	137.170,09	165.152,79	178.621,66	13.468,87	0,20288733	2.732,66	0,192350009	2.590,74
5	143.983,24	173.355,82	187.145,29	13.789,47	0,136165993	1.877,66	0,127384112	1.756,56
						7,88		-646,18

Elaborado: La Autora

$$NTIR = Tm + Dt \left(\frac{VAN_{MENOR}}{VAN_{MENOR} - VAN_{MAYOR}} \right)$$

$$NTIR = 49 + 2 \left(\frac{7,88}{7,88 + 646,18} \right)$$

Nueva TIR= 49,02% **TIR= 95,81%**

1) DIFERENCIA DE TIR

Diferencia TIR = TIR Proyecto – Nueva TIR

Diferencia TIR = 95,81% - 49,02%

Diferencia TIR= 46,79% o TIR = 0,4679

2) PORCENTAJE DE VARIACIÓN

$$\% \text{ Variación} = \frac{\text{Diferencia TIR}}{\text{TIR Proyecto}} \times 100$$

$$\% \text{ Variación} = \frac{0,4679}{0,9581} \times 100$$

% Variación= 48,84%

3) SENSIBILIDAD

$$\text{Sensibilidad} = \frac{\% \text{ Variación}}{\text{Nueva TIR}}$$

$$\text{Sensibilidad} = \frac{48,84}{49,02}$$

Sensibilidad = 0,996328

ANÁLISIS.- Mediante los resultados obtenidos el índice de sensibilidad nos demuestra que es menor a uno, lo que significa que el proyecto no es sensible a un incremento del 20,40% en los costos, pero si pasa de este porcentaje será negativo para este proyecto, demostrándonos mediante los resultados obtenidos que es factible realizar este proyecto.

Para realizar el análisis de sensibilidad en los ingresos, se ha considerado una disminución del 15,70 %

Cuadro N° 84

AÑOS	COSTO TOTAL ORIGINAL	INGRESO ORIGINAL	INGRESO ORIGINAL	ACTUALIZACIÓN				
				FLUJO NETO	FACTOR ACT.	VALOR ACTUAL	FACTOR ACT.	VALOR ACTUAL
			15,70%		48%		50%	
						21.376,53		21.376,53
1	117.264,57	152.445,44	128.511,51	11.247	0,675675676	7.599,28	0,666666667	7.497,96
2	124.808,66	162.404,06	136.906,62	12.098	0,456537619	5.523,18	0,444444444	5.376,87
3	130.997,61	170.132,76	143.421,92	12.424	0,308471364	3.832,54	0,296296296	3.681,28
4	137.170,09	178.621,66	150.578,06	13.408	0,208426597	2.794,58	0,197530864	2.648,49
5	143.983,24	187.145,29	157.763,48	13.780	0,140828782	1.940,65	0,131687243	1.814,68
						313,70		-357,25

Elaborado: La Autora

$$NTIR = Tm + Dt \left(\frac{VAN_{MENOR}}{VAN_{MENOR} - VAN_{MAYOR}} \right)$$

$$NTIR = 48 + 2 \left(\frac{313,70}{313,70 + 357,25} \right)$$

Nueva TIR= 48,94%

TIR= 95,81

1) DIFERENCIA DE TIR

Diferencia TIR = TIR Proyecto – Nueva TIR

Diferencia TIR = **95,81 % - 48,94 %**

Diferencia TIR= 46,87 % o TIR = 0,4687

2) PORCENTAJE DE VARIACIÓN

$$\% \text{ Variación} = \frac{\text{Diferencia TIR}}{\text{TIR Proyecto}} \times 100$$

$$\% \text{ Variación} = \frac{0,4687}{0,9581} \times 100$$

% Variación= 48,92%

3) SENSIBILIDAD

$$\text{Sensibilidad} = \frac{\% \text{ Variación}}{\text{Nueva TIR}}$$

$$\text{Sensibilidad} = \frac{48,92}{48,94}$$

Sensibilidad = 0,9995913

ANÁLISIS.- Mediante los resultados obtenidos el índice de sensibilidad nos demuestra que es menor a uno, lo que significa que el proyecto no es sensible a una disminución del 15,70% en los ingresos, pero si pasa de este porcentaje será negativo para este proyecto, demostrándonos mediante los resultados obtenidos que es factible realizar este proyecto.

CONCLUSIONES

h) CONCLUSIONES

Después de haber realizado el estudio de mercado, el estudio técnico y administrativo, el estudio financiero y evaluación financiera de este trabajo investigativo se pudo concluir lo siguiente:

En la ciudad de Cuenca existe una gran demanda de los servicios de Spa como son los masajes, hidromasajes y sauna, debido a que estos son los más utilizados, aunque cabe señalar que la mayoría de Spas ofrecen además tratamientos faciales, baños de cajón, fango terapia y servicios adicionales como gimnasio, peluquería, entre otros; al haber estudiado el mercado se pudo determinar que la demanda de los servicios (masajes, hidromasajes y sauna) supera a la oferta, demostrándonos que existe una demanda insatisfecha.

En el estudio técnico se pudo observar que aunque la empresa trabaje al cien por ciento de su capacidad instalada no podrá cubrir, la demanda insatisfecha existente en el mercado, en cuanto al estudio administrativo la empresa será debidamente constituida; los empleados realizarán sus funciones de acuerdo a su manual el mismo que está establecido en este estudio.

Mediante el estudio económico financiero se pudo concluir que si esta nueva empresa de Spa ofrece a los demandantes los servicios de masajes, hidromasajes y sauna, si obtendrá ganancias, por consiguiente si es rentable por el momento ofrecer solo estos tres servicios, cabe indicar además que el precio de los servicios van a ser muy competitivos si se cobra el precio más bajo.

Al realizar la evaluación económica financiera, con los resultados obtenidos al aplicar el VAN (Valor Actual Neto), el TIR (Tasa Interna de Retorno), la Relación Beneficio Costo, el Período de Recuperación de Capital y el Análisis de Sensibilidad, se pudo determinar que todos los resultados son positivos y favorables para realizar este proyecto, concluyendo que es cien por ciento factible invertir capital para poner en marcha este proyecto.

RECOMENDACIONES

i) RECOMENDACIONES

Lo que se recomienda a esta nueva empresa es lo siguiente:

Que esta empresa comience ofreciendo masajes, hidromasajes y sauna, pero con el tiempo el Spa, vea la posibilidad de ofrecer otros servicios como por ejemplo el servicio de gimnasio y que cumpla con el plan de comercialización propuesto para que pueda alcanzar sus objetivos

Que la nueva empresa amplíe con el tiempo su capacidad instalada para que pueda brindar más servicios o que instale una sucursal, para que trate de cubrir la demanda insatisfecha existente en el mercado y además que todos los empleados cumplan con el Manual de Funciones para que exista un mejor desempeño laboral.

Que si desean cobren el precio más bajo por los servicios de masajes, hidromasaje y sauna o consideren igualar el precio con el de la competencia, porque de igual forma obtendrá mayor rentabilidad.

Que los socios de esta nueva empresa pongan en marcha este proyecto, ya que es factible realizarlo porque obtendrán las ganancias deseadas.

BIBLIOGRAFÍA

j) BIBLIOGRAFÍA

Es.wikipedia.org/wiki/spa_(salud)

BACA; Urbina Gabriel.2001. Evaluación de Proyectos. Mc Graw Hill. 4ta Edición pág.7 a 15

PEUMANS, Herman. Valoración de Proyectos de Inversión. Ediciones Deusto Bilbao pág. 12 a 20

SANIN, Ángel Héctor. Guía Metodológica General para la Formulación y Evaluación de Proyectos pág. 30 a 36

Libro “Introducción a la Administración de Organizaciones”. de Rafael de Zuani Elio. Editorial Maktub. 2003 pág. 23 a 30.

Libro “Planeación Y Organización De Empresas”, de Guillermo Gómez Ceja, Mc Graw Hill, México. 1994 pág. 10 a 17

Contabilidad 1 Gonzalo Vizueta Maruri, Edición 1991 pág. 55 a 70

Libro “Contabilidad de Costos” Tomo 1, WB Lawrence, Editorial Hispano América, México 1972 pág. 1 a 7.

BACKER Jacobsen & Ramírez Padilla. CONTABILIDAD DE COSTOS UN ENFOQUE ADMINISTRATIVO PARA LA TOMA DE DECISIONES. Edición 2º. Editorial Mc Graw-Hill pág. 51 a 70

KETELHHN, Werner; MARIN José Nicolás, MONTIEL Eduardo Luís, 2004, Inversiones (Análisis de Inversiones Estratégicas), Editorial Norma pág. 19 a 27.

SAPAG, Nassir y SAPAG, Reinaldo, 1988, Fundamentos de Preparación y Evaluación de Proyectos, Ediciones McGraw-Hill pág.6 a 8

VILLAREAL, Arturo, 1988, Evaluación Financiera de Proyectos de Inversión, Editorial Norma pág. 10 a 34

ANEXOS

k) ANEXOS

Anexo 1

DISEÑO DEL PROYECTO

a. TÍTULO

**" PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA
CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE
SERVICIOS DE SPA ESPECIALIZADO
PARA LA CIUDAD DE CUENCA,
PROVINCIA DEL AZUAY "**

b.PROBLEMA

Vivimos actualmente en un entorno que evoluciona a un paso acelerado, generando innumerables cambios en los variados sectores de la sociedad, el acceso por parte de las personas al conocimiento genera un avance tecnológico, creciente y rápido, difundido a gran escala debido también a acceso de masa a la tecnología de la comunicación de medios. Este panorama da lugar a cambios de vida en las Sociedades, costumbres y preferencias, más acentuado en países que son consumidores a mayor grado, de todas maneras, nuestro país no es la excepción, existen en nuestra sociedad cambios muy marcados en aspectos anteriormente mencionados.

Todos estos cambios que se dan en la sociedad ecuatoriana permiten que las personas vivan en un estrés que es una respuesta natural y necesaria para la supervivencia, a pesar de lo cual hoy en día se confunde con una patología. Esta confusión se debe a que este mecanismo de defensa puede acabar, bajo determinadas circunstancias frecuentes en ciertos modos de vida, desencadenando problemas graves de salud.

Cuando esta respuesta natural se da en exceso se produce una sobrecarga de tensión que repercute en el organismo y provoca la aparición de enfermedades y anomalías patológicas que impiden el normal desarrollo y funcionamiento del cuerpo humano. Algunos ejemplos son los olvidos (incipientes problemas de memoria), alteraciones en el ánimo, nerviosismo y falta de concentración, en las mujeres puede producir cambios hormonales

importantes como hinchazón de mamas, dolores en abdominales inferiores entre otros síntomas.

Es una patología emergente en el área laboral, que tiene una especial incidencia en el sector servicios, siendo el riesgo mayor en las tareas en puestos jerárquicos que requieren mayor exigencia y dedicación.

En la ciudad de Cuenca, se evidencia un crecimiento importante, en materia empresarial, pero, a la empresa de servicios muy poco se está creando, ya que las personas que cuentan con un capital importante, ni invierten en empresas de servicios, despreocupando de gran manera a este importante sector económico, de ahí la importancia de preocuparse por un sector económico como es la población económicamente activa, que al pasar por lo general 8 horas diarias en actividades de trabajo, no tiene la posibilidad de quitar su estrés, que hoy por hoy es una de las enfermedades más comunes en esta población, ahí el deber de contribuir con el desarrollo empresarial y productivo de nuestra sociedad, de esta manera se ha podido evidenciar que el sector económico en la ciudad de Cuenca ofrece muchas oportunidades de emprendimiento en nuevos negocios.

Al ofrecer Cuenca oportunidades de emprendimiento para la satisfacción de necesidades de enfermedades comunes como el estrés, permitirá realizar una inversión importante en el área de servicios en SPA.

De esta manera se delimita el problema:

DELIMITACIÓN DEL PROBLEMA

“La falta de inversión en la creación de empresas de servicios en SPA, no permiten satisfacer las necesidades de los habitantes de la ciudad de Cuenca.”

Causa.- Que las personas que sufren de estrés no tengan muchos lugares en donde puedan tratarse esta enfermedad.

Efecto.- Las personas al no tratar este padecimiento de estrés a tiempo, sufren complicaciones en su salud, llevándolos hasta la muerte en muchos de los casos.

c. JUSTIFICACIÓN

JUSTIFICACIÓN ACADÉMICA

Académicamente con el fin de acoplar a los objetivos de la Universidad Nacional de Loja, y como parte del pensum de estudios, como egresada en la Carrera de Administración de Empresas de la Modalidad de Estudios a Distancia; y con los conocimientos adquiridos durante los cinco años de estudio para la formación profesional que esté de acuerdo con las necesidades presentes y futuras de la sociedad, creo que es necesario la realización de un Proyecto que permita aplicar los conocimientos teóricos adquiridos a lo largo de la Carrera y obtener resultados reales que refuercen mi formación académica así como asegurar el éxito en la realización de futuras investigaciones, con la culminación del Proyecto se cumplirá con un requisito para obtener el Título de Ingeniera Comercial.

Además, el proyecto se constituirá en una fuente de información para posteriores investigadores o emprendedores, interesados en establecer empresas en la ciudad de Cuenca, provincia del Azuay.

JUSTIFICACIÓN ECONÓMICA

El surgimiento de nuevas empresas, genera plazas de trabajo que contribuyen al bienestar económico de quienes las ocupan. Así como dinamiza la economía. Adicionalmente con el desenvolvimiento de nuevos actores en el mercado de servicios, se elevan los estándares de calidad, se puede lograr captar nuevos clientes.

Se justifica el presente trabajo porque al final del mismo se podrá determinar si es factible la implementación de una empresa de servicios de SPA para el adelanto de la ciudad de Cuenca, lograr fuentes de trabajo y un sistema empresarial constante en toda la provincia del Azuay.

JUSTIFICACIÓN SOCIAL

La difícil situación económica por la que atraviesa nuestro país y en la que se desenvuelven todos los sectores sociales y productivos exigen en la actualidad contar con profesionales especializados en las diferentes ramas profesionales, es por eso que se pretende implantar una empresa de servicios de SPA especializados para la ciudad de Cuenca.

De ahí la necesidad de aportar con conocimientos valederos para mejorar la vida de las personas, esto cuando se cree fuentes de trabajo desarrollando la calidad de vida de las personas que trabajarán en la empresa, la misma que permitirá mejorar sus ingresos y puedan a la vez mejorar su participación en la sociedad como entes de consumo y que aportan al desarrollo social del país.

d. OBJETIVOS

OBJETIVO GENERAL

- Elaborar un estudio de factibilidad para la creación de una empresa de servicios de SPA para la ciudad de Cuenca, provincia del Azuay.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Realizar un estudio de mercado que permita determinar la demanda y oferta de nuestro servicio.
- Elaborar el análisis técnico para la creación de una empresa de servicios de SPA para la ciudad de Cuenca de la provincia del Azuay, el mismo que permitirá determinar el tamaño del proyecto en cuanto a la capacidad instalada y utilizada y además su localización.
- Elaborar el estudio organizacional de la empresa, el mismo que permitirá determinar el tipo de organización con su razón social y su estructura orgánica funcional.
- Estructurar el análisis financiero, a fin de conocer la inversión necesaria, los activos, el presupuesto, flujo de efectivo y realizar una evaluación económica financiera para comprobar si existe rentabilidad en el proyecto.

e. MARCO TEÓRICO

ESTUDIO DE PROYECTOS DE INVERSIÓN

ESTUDIO DEL MERCADO

- ANÁLISIS DE LA DEMANDA
- ANÁLISIS DE LA OFERTA

ESTUDIO TÉCNICO

- TAMAÑO DEL PROYECTO
- CAPACIDAD INSTALADA
- CAPACIDAD UTILIZADA
- LOCALIZACIÓN
- FLUJOGRAMA

ESTUDIO ADMINISTRATIVO

- BASE LEGAL
- ESTRUCTURA EMPRESARIAL
- NIVELES JERARQUICOS DE AUTORIDAD
- ORGANIGRAMAS
- MANUALES

ESTUDIO FINANCIERO

- COSTOS E INGRESOS
- ANÁLISIS DE COSTOS

- COSTOS FIJOS Y VARIABLES
- COSTOS FIJOS
- COSTOS VARIABLES
- ESTADOS FINANCIEROS PROFORMA
- FLUJO DE CAJA PROYECTADO
- ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS
- BALANCE GENERAL
- BALANCE DE SITUACIÓN

EVALUACIÓN DE PROYECTO DE INVERSIÓN

- VALOR ACTUAL NETO (VAN)
- TASA INTERNA DE RETORNO (TIR)
- PERÍODO DE RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN (PRI)
- ANÁLISIS BENEFICIO COSTO (A B/C)
- ANÁLISIS DE SENCIBILIDAD

f. METODOLOGÍA

Para realizar el presente trabajo de investigación se utilizarán los siguientes métodos y técnicas:

MÉTODO INDUCTIVO.- El método inductivo es un método científico que obtiene conclusiones generales a partir de premisas particulares.

Se trata del método científico más usual, que se caracteriza por cuatro etapas básicas: la observación y el registro de todos los hechos; el análisis y la clasificación de los hechos; la derivación inductiva de una generalización a partir de los hechos; y la contrastación.

Esto supone que, tras una primera etapa de observación, análisis y clasificación de los hechos, se derivan los objetivos que solucionan el problema planteado, sobre la falta de empresas de SPA en la ciudad de Cuenca. Una forma de llevar a cabo el método inductivo es proponer, a partir de la observación repetida de objetos o acontecimientos para la implementación de una empresa de servicios especializados en SPA, este método se lo aplicará en las conclusiones del estudio para proponer recomendaciones como propuestas alternativas.

MÉTODO DEDUCTIVO.- Este Método se aplicará para desarrollar y ejecutar la investigación partiendo desde un análisis de lo general a lo particular; la investigación permitirá realizar una descripción de cómo se puede crear una empresa de servicios de SPA. Y ayudará a determinar de qué forma están

estructuradas estas empresa de servicios, cual es la forma de manejo hacia sus empleados e identificando la situación de la competencia, hasta llegar a la empresa de servicios de SPA en la ciudad de Cuenca.

Método Científico.- Configura la base de conocimiento de toda ciencia, y a la vez, es el procedimiento empírico más generalizado del conocimiento.

Este método lo utilizaré en todo el desarrollo de mi proyecto de tesis porque partiré de la ciencia administrativa, aplicando los conocimientos adquiridos en los cinco años de carrera y de otras fuentes de información como libros, revistas, guías, otros.

Técnicas:

Entrevista.- Es una técnica para obtener datos que consiste en un diálogo entre dos personas: el entrevistador (investigador) y el entrevistado; se realiza con el fin de obtener información de parte de éste, que es, por lo general, una persona entendida en la materia de la investigación.

Las entrevistas serán aplicadas a los oferentes o competencia de la empresa, con el objeto de conocer la calidad de su servicio, los costes, entre otras y así obtener datos cuantitativos que faciliten el estudio del proyecto.

Encuesta.- Es una técnica destinada a obtener datos de varias personas cuyas opciones impersonales interesan al investigador. Para ello, a diferencia de la entrevista, se utiliza un listado de preguntas escritas que se

entregan a los sujetos, a fin de que las contesten igualmente por escrito. Este listado se denomina cuestionario.

Esta técnica será aplicada después de obtener la muestra a las personas económicamente activas de la ciudad de Cuenca, con el fin de saber si conocen que es un Spa, que precio estarían dispuestos a pagar por el servicio, entre otras preguntas, para así conocer sus gustos y preferencias, lo que me ayudará para obtener la demanda potencial, real y efectiva.

PROCEDIMIENTOS

Para obtener el tamaño de la muestra de la ciudad de Cuenca recurriré a la información del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC), censo de población y vivienda 1990-2001

TAMAÑO DE LA MUESTRA

Las encuestas serán aplicadas a la Población Económicamente Activa de la ciudad de Cuenca, ya que es esta la que por su característica de vida, podría utilizar los servicios de las empresas de SPA.

Para obtener la población real del año 2011 aplico la fórmula de proyección de la demanda, tomando datos como: la población de la Encuesta de Empleo Subempleo y Desempleo EMENDU Dic-2010 que es 231.026; y, la tasa de crecimiento del PEA 2,04%, la cual me da como resultado:

Formula: $Pf_{2011} = Pa(1+i)^n$

Pf = Población futura

Pa = Población actual

I= Tasa de crecimiento

n = años a proyectar

$$= 231.026(1+0.0204)^1$$

$$= 235.739$$

$Pf_{2011} = 235.739$ PEA de la ciudad de Cuenca, provincia del Azuay

Tamaño de la Muestra.- Para el cálculo del tamaño de la muestra utilicé la siguiente fórmula:

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Esta fórmula al ser aplicada proporcionó como resultado:

$$n = \frac{235.739}{1 + 235.739 (0.05)^2}$$

$$n = \frac{235.739}{590.3475}$$

n= 399 total de encuestas aplicar

A continuación procederé a realizar la elaboración de los formularios para aplicar las encuestas a los demandantes y las entrevistas a los oferentes de las muestras obtenidas, para luego proceder al análisis e interpretación de los datos recolectados con el fin de obtener los elementos de juicio necesarios.

ESTUDIO DE MERCADO.- Analizaré al mercado en base a la información de la oferta y la demanda obtenida mediante la muestra.

ESTUDIO TÉCNICO.- Analizaré si la empresa de servicio de Spa podrá utilizar toda su capacidad instalada o cuanto se podrá utilizar de ella y en donde será factible localizarla.

ESTUDIO ORGANIZACIONAL.- Procederé a la organización de la empresa, apoyándome en la información bibliográfica en base a diferentes ramas y reglas adecuadas de la administración, las cuales me permitirán realizar las diferentes actividades en forma óptima para el funcionamiento y constitución de la misma.

ESTUDIO FINANCIERO.- Se efectuarán los respectivos cálculos para estimar la inversión y así mismo se procederá a buscar y analizar el mejor medio de financiamiento para esta empresa de servicios de spa.

EVALUACION DEL PROYECTO.- Y finalmente realizaré una evaluación del proyecto haciendo uso de los métodos y técnicas para el efecto, como:

- VALOR ACTUAL NETO
- TASA INTERNA DE RETORNO
- RELACIÓN BENEFICIO COSTO
- PERIODO DE RECUPERACIÓN DE CAPITAL
- ANÁLISIS DE SENCIBILIDAD

Porque mediante estos métodos podré determinar la factibilidad y rentabilidad de este proyecto.

g. CRONOGRAMA

N	Actividades	Mes 1				Mes 2				Mes 3				Mes 4				Mes 5				Mes 6				Mes 7				Mes 8				Mes 9				Mes 10			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	Recopilación de la información	X	X	X	X																																				
2	Estudios de mercado					X	X	X	X	X	X																														
3	Estudio Técnico											X	X	X	X																										
4	Estudio administrativo													X	X	X	X	X	X																						
5	Estudio Financiero																	X	X	X	X																				
6	Evaluación económica																					X	X	X	X																
7	Conclusiones y Recomendaciones																									X	X	X	X												
8	Anexos																													X	X	X									
9	Análisis e interpretación de datos																																	X	X	X					

h. PRESUPUESTO Y FINANCIAMIENTO

PRESUPUESTO

A continuación detallo los valores que utilizaré para la realización del plan de investigación y la ejecución del mismo:

• Transporte	\$	220.00
• Útiles de oficina	\$	80.00
• Bibliografía	\$	140.00
• Levantamiento y reproducción	\$	180.00
• Internet	\$	70.00
Subtotal	\$	690.00
10% imprevistos	\$	69.00
Total	\$	759.00

FINANCIAMIENTO

Con respecto al financiamiento del proyecto, se financiará para llevar a cabo el plan y de ser posible llegar a efectuarse la ejecución y puesta en marcha el propósito en mención, con fondos propios de la postulante.

i. BIBLIOGRAFÍA

- AGUIRRE, Miguel Ángel. Autor del libro: "La Dirección revolucionaria. Preguntas que todo directivo debería formularse para ejercer una dirección eficaz" Director y profesor de ENAE (Escuela de Negocios y Administración de Empresas) y responsable del portal www.empresarios-as.com
- BACA, Gabriel. Elaboración y Evaluación de Proyectos de Investigación. Editorial MacGraw Hill, México 1997, Pág.13-46. IBIDEM, lectura2, pág. 64-68.
- Dirección de Marketing y Ventas. Cultural edición S.A. Edición 2002. Madrid España
- JARAMILLO, Oswaldo. Guía para la elaboración de Proyectos de Tesis de Grado, Loja 2008.
- MARIÑO, Wilson. 100 Negocios familiares de baja Inversión. Grupo Santillana S.A. 2008.
- Nociones Básicas de investigación científica. Lic. Mireya Espinosa de Ríos - Lic. Rosa Amalia Murillo. Industria Gráfica Cosmos. Edición 1993.

Anexo 2



UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA MODALIDAD DE ESTUDIOS A DISTANCIA CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

Con el propósito de obtener mi título de Ingeniera Comercial, necesito aplicar encuestas en la ciudad de Cuenca, para realizar un estudio de mercado con el afán de obtener información acerca de las preferencias, gustos, precios, etc, de los demandantes de los servicios de Spa; porque con la información recabada comenzaré con el estudio de mi tesis de grado “PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE SERVICIOS DE SPA ESPECIALIZADO PARA LA CIUDAD DE CUENCA, PROVINCIA DEL AZUAY”

ENCUESTA A DEMANDANTES

SEXO HOMBRE MUJER

1.- ¿Conoce usted los spa?

SI _____ NO _____

2.- ¿Ha requerido usted los servicios de un spa?

SI _____ NO _____

3.- ¿Por qué prefiere utilizar los servicios de un Spa? ¿Por?

Relajación _____

Estética _____

Curar enfermedades _____

4.- ¿Cuántas veces en el mes ha requerido de los servicios de un spa?

1 – 2 _____

3 – 4 _____

5 – 6 _____

7 – 8 _____

5.- ¿Si se implementara en la ciudad de Cuenca una nueva empresa de servicios de Spa, estaría usted dispuesto a utilizar los servicios de esta empresa, si le ofreciera calidad en el servicio, precios bajos y servicios como masajes, hidromasaje y sauna?

SI _____

NO _____

6.- ¿Qué servicios adicionales le gustaría que ofrezca la nueva empresa de Spa a sus clientes? Marque una opción.

Piscina _____

Gimnasio _____

Otros _____

7.- ¿Por quién le gustaría ser atendido en la nueva empresa de servicios de Spa?

Fisioterapeuta Mujer

Fisioterapeuta Hombre

8.- Indique en que parroquia de la ciudad de Cuenca le gustaría que esté ubicado el nuevo spa.

El Sagrario _____ Huayna Cápac _____

Yanuncay _____ Totoracocha _____

9.- ¿Por qué medio de publicidad le gustaría conocer este nuevo servicio de spa?
Marque sólo una de las siguientes opciones.

Televisión

Canal Unsión _____

Canal Telerama _____

Canal Telecuenca _____

Radio

Cómplice FM _____

W Radio _____

FM88 _____

La Roja _____

La Mega _____

Periódico

El Mercurio _____

El Tiempo _____

Hojas Volantes

10.- ¿Qué precio pagaría usted por los servicios en el nuevo spa?

Masajes Corporales

\$ 8,00 _____

\$10,00 _____

\$12,00 _____

Hidromasaje

\$ 3,00 _____

\$ 4,00 _____

\$ 5,00 _____

Sauna

\$ 3,00 _____

\$ 4,00 _____

\$ 5,00 _____

11.- ¿Cuál de estas promociones le gustaría que la nueva empresa de servicios de Spa ofrezca a sus clientes? Escoja una de las siguientes opciones.

Servicio gratis

Masaje _____

Hidromasaje _____

Sauna _____

Descuentos en los precios

5% _____

10% _____

15% _____

Obsequios

Toalla para el cuerpo _____

Esencias _____

Jabones para baño _____

Otros

Anexo 3



UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA MODALIDAD DE ESTUDIOS A DISTANCIA CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

Con el propósito de obtener mi título de Ingeniera Comercial, necesito realizar un estudio de mercado, para lo cual aplicaré entrevistas a los distintos oferentes que prestan los servicios de Spa en la ciudad de Cuenca, con el propósito de obtener información en cuanto a los productos que ofrecen, sus precios, plaza y las promociones que ofertan a sus clientes; porque con la información recabada realizaré el estudio de mi tesis de grado “PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE SERVICIOS DE SPA ESPECIALIZADO PARA LA CIUDAD DE CUENCA, PROVINCIA DEL AZUAY”

FORMULARIO

ENTREVISTA A OFERENTES

1.- ¿Qué servicios ofrece su Spa a los clientes?

2.- ¿Qué servicios son los más utilizados por su clientela?

3.- ¿Cuál es el coste que cobra por los servicios de su Spa?

4.- ¿Cuál es la cantidad de servicios (masajes, hidromasajes, sauna) que atiende diariamente su empresa?

5. ¿Qué promociones utiliza para ofertar sus productos a los clientes?

6.- ¿Qué medios de comunicación utiliza para ofertar los servicios de su Spa?

7.- ¿Cuál es el horario de atención que ofrece su empresa a la clientela?

Anexo 4**PROFORMAS DE PROVEEDORES****BAÑOS SAUNAS A VAPOR**

Propietario: Jaime Alvarado Sarmiento
Dirección: Calle Simón Bolívar 14-59 y Estévez de Toral Cuenca - Ecuador
Teléfonos: 072 833360 / 094 190540

Cuenca, 4 de Abril del 2012

PROFORMA

Para: Srta. Sonia Montero

Cant.	Descripción	C. Unit.	C. Total
3	Saunas a Vapor	\$ 150,00	\$ 450,00

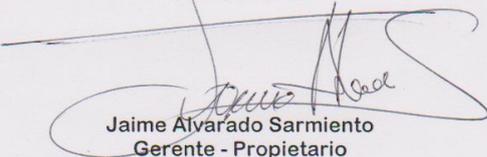
Precios ya incluidos el IVA

Baños saunas a vapor estructurados con materiales antitóxicos, con cabina elaborada en polietileno - plástico, con armazón de varillas de aluminio y un vaporizador eléctrico, fabricado en material de resina.

Medida de cabina: 150 cm de alto por 70 X 70 cm de ancho.

LE OFRECEMOS UN AÑO DE GARANTÍA

Atentamente



Jaime Alvarado Sarmiento
Gerente - Propietario

Solicita: DIANA MONTEDECA Despacha: CARLOS BERMEO P.

Telefono: 881107
Casilla: 09-01-4187

ALMACENES BOYACA S.A
Av. Remigio Crespo Toral s/n y Esmera
Cuenca ABRIL 07 DEL 2012 09:48:01

IMPRESION: ABR 05 DE 2012 17:31
R.U.C.: 0990010110001
Fax...: 881107

PROFORMA # 160943

Factura

LoBo Codigo	Cantidad Med.	Descripcion	Precio % Dcto	Precio Neto	Total	So Co
3320 50333	1.00	UNID HIDROM 170X85X65CM 9JETS BLANCO	999.98 10.00	899.9820	899.98	

- Ecuador / TINA
- Ducha Telefono
- Un espaldar

NUESTRO PRECIO NETO INCLUYE EL IVA

Sub-total	Desctos	IVA TARIFA 12.00	IVA TARIFA 0	Recargos	I.V.A.	Redondeo	Total
899.98	96.43	803.55			96.43		899.98

FORMA DE PAGO: -EF-

Cliente: MONTERO SOMIA
CodigoC: 2000010427

Agente: DIANA COLLAGUAZO

FIN DE PROFORMA

ESTA PROFORMA TIENE VALIDEZ HASTA LA FECHA DE LA MISMA
SIEMPRE Y CUANDO LAS EXISTENCIAS FISICAS NOS LO PERMITAN

Somos Contribuyente ESPECIAL no retener el I.V.A
Notificacion No-519 - 26/JUL/1996

 <p>ALMACEN: SLORE 5-61 ENTRE RVO. MIGUEL Y SARMASO QUITA TEL: 262081 • TELEFAX: 264226 FABRICA: VIA MISICAKA 5-67 TEL: 4185 205 E-mail: ventas@linea1.com CUENCA-ECUADOR</p>		PROFORMA N° 012693		
		FECHA: Cuenca, 10/04/2012	Arq. JORGE CARDENAS HERRERA R.U.C.: 9199870560001	
SOLICITADO POR: SRTA. SONIA MONTERO R.U.C. o C.I.: ATENCION A: SRTA. SONIA MONTERO DIRECCION: AV. DON BOSCO TELEFONO: 2884 451 FAX: CIUDAD: CUENCA		FORMA DE PAGO: 60% INICIAL + SALDO A LA ENTREGA		
REF.	DESCRIPCION	CANT.	V. UNITARIO	VALOR TOTAL
	CHEISE LONGE consta de una puerta, repite intermedia y un agujero facial. De 70cm x 71cm de ancho x 1,88 de largo. Elaborado en Madera Duraplac, tapizado con Cuerna Color a elección	2	295,00	590,00
ESPECIFICACIONES Y OBSERVACIONES			SUBTOTAL	590,00
			DESC: _____ %	
			TOTAL SIN IVA	590,00
PLAZO DE ENTREGA: 10 DIAS LABORABLES			12 % IVA	70,80
SON: SEISCIENTOS SESENTA DOLARES CON 80/100 CENTAVOS			GIGALAE / TRANSPORTE	
			TOTAL \$	660,80
ESTA PROFORMA ES VALIDA POR 15 DIAS		E. S. ELABORADO POR	 FIRMA AUTORIZADA	FIRMA DEL CLIENTE
ESTACIONES MODULARES • MUEBLES PARA OFICINAS Y CONSULTORIOS • PANELADOS DIVISIONALES • COUNTERS ESCRITORIOS • BIBLIOTECAS • ARCHIVADORES • MUEBLES PARA EQUIPOS DE COMPUTACION, MUSICA Y TV				

		ALUMNOS: SUORE S-41 ENTRE RNO, RAQUEL Y MARIANO CARRERA TEL: 2642081 • TELEFAX: 2644208 EMPRESA: VIA BOSCO 5-87 TEL: 4195 202 E-mail: ventas@oficinas1.com DISTRICA@OLIVAR.COM		PROFORMA N° 012692	
SOLICITADO POR: SRTA. SONIA MONTERO R.U.C. o C.I.: ATENCION A: SRTA. SONIA MONTERO DIRECCION: AV. DON BOSCO TELEFONO: 2684 451 FAX: CIUDAD: CUENCA		FECHA: Cuenca, 10/04/2012		Arq. JORGE CARDENAS HERRERA R.U.C.: 0106870583001	
		FORMA DE PAGO: 60% INICIAL SALDO A LA ENTREGA			
REF.	DESCRIPCION	CANT.	V. UNITARIO	VALOR TOTAL	
	GERENCIA				
	ESTACION BEST Superficie de trabajo de 1.50x1.50x60 con pedestales y faldón metálico, sistema de pasacables, porta teclado corridizo, cajonera metálica que consta de dos gavetas con seguridad y un archivo.	1	315,88	315,88	
	SILLA FARGO ALTA RECLINABLE EJECUTIVA giratoria, con brazos base inyectada de cinco puntas, tapizada en cuero o Damasco	1	104,58	104,58	
	SILLA CENSA sin brazos, de cuatro patas recubierta con gubura electrostática tapizada en cuero o Damasco	2	39,94	79,88	
	SECRETARIA				
	COUNTER DE ATENCION , con taquilla de vidrio Con Pedestales y faldón metálico, consta de una gaveta con división para billetes	1	320,00	320,00	
	SILLA SECRETARIA PILOT NEUMATICA giratoria, sin brazos base inyectada de cinco puntas, tapizada en cuero o Damasco	1	75,24	75,24	
	SALA DE ESPERA				
	SOFA GRAFITTY BIPERSONAL , estructura metálica tapizada en cuero o damasco	1	135,42	135,42	
	SOFA GRAFITTY TRIPERSONAL , estructura metálica tapizada en cuero o damasco	1	188,05	188,05	
	MESA DE CENTRO con doble vidrio.	1	73,67	73,67	
	MESA ESQUINERA con doble vidrio.	1	63,92	63,92	
ESPECIFICACIONES Y OBSERVACIONES			SUBTOTAL	1.336,65	
GARANTIA TECNICA: DOS AÑOS			DESC 3 %	40,10	
PLAZO DE ENTREGA: 12 DIAS LABORABLES			TOTAL SIN IVA	1.296,55	
SON: MIL CUATROCIENTOS CINCUENTA Y DOS DOLARES CON 14/100 CENTAVOS			12 % IVA	155,59	
			BIBALAJE / TRANSPORTE		
			TOTAL \$	1.452,14	
ESTA PROFORMA ES VALIDA POR 15 DIAS		B. S. ELABORADO POR	 FIRMA AUTORIZADA		FIRMA DEL CLIENTE
ESTACIONES MODULARES • MUEBLES PARA OFICINAS Y CONSULTORIOS • PANELADOS DIVISIONALES • COUNTERS ESCRIBANOS • BIBLIOTECAS • ARCHIVADORES • MUJERES PARA FOLIOS DE COMPLETACION MUSICA Y TV					

OP ARQUITECTOS

Sucre entre Tarqui y Juan Montalvo (Parqueadero Valentina) 2do Piso Of. # 3
Teléfonos: 081-153541 / 084-285838

Cuenca 20 de Junio del 2012

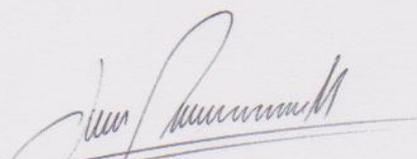
Para: Srta. Sonia Montero

PROFORMA

Muebles para vestidores	1408,00
Instalación de baño para varones	112,00
Instalación de baño para mujeres	112,00
Instalación de hidromasajes	140,00
Instalación Saunas	90,00
Lavabos	300,00
Inodoros	420,00
Llaves – Lavabo	210,00
Llaves – Ducha	220,00
TOTAL	3.012,00

Los precios incluyen IVA, para comienzo de obra se deberá entregar el 50% de anticipo y a la fecha de entrega cancelar el 50% restante.

Atentamente:



CUENCA, 01 DE JUNIO DEL 2012

SEÑORITA

SONIA MONTERO

010254349-1

QUIENES CONFORMAMOS IMPOCOMJAHER CIA LTDA. AGRADECEMOS SU VISITA Y A LA VEZ QUEREMOS HACERLE LLEGAR LA COTIZACION POR USTED SOLICITADA.

COMPAQ HP CQ43-177

500 GB EN DISCO DURO

2 GB DE MEMORIA RAM

PROCESADOR AMD VISION

CAMARA Y MICROFONO INCORPORADOS

WIRELESS

PANTALLA LCD 14"

INCLUYE: MOCHILA, IMPRESORA MULTIFUNCION, PARLANTE PORTATIL RECARGABLE, MEMORY FLASH DE 4 GB, Y CONFIGURACION DEL SOFTWARE.

PRECIO: \$ 661.78.

LOS PRECIOS INCLUYEN IVA Y SON DE CONTADO O CON TARJETA DE CREDITO HASTA 12 MESES SIN INTERESES. LA COTIZACION TIENE UNA DURACION DE SIETE DIAS.

ATENTAMENTE,

MILTON HEREDIA

ACESOR COMERCIAL

JAHER MALL DEL RIO





ELECTRÓNICA - BAZAR - ARTEFACTOS - REPUESTOS EN GENERAL

**ALMACENES
"OCHOA"**

Principal: Sucre 10-69 y G. Torres * Telf.: 2846322 * Fax: (593)7 2826 506
 Gran Colombia 6-61 Pasaje Nieto Hermanos * Telfs.: 2846 322 / 2833534
 Manuel Vega 5-57 y Juan Jaramillo * Telefax: 2842968 - 2827528
 E-mail: almochoa@etapanet.net
 Cuenca - Ecuador

Cuenca, 8 de junio de 2012

Atención :

Sra. Sonia Montero

Cuenca

Sírvase revisar la proforma de los siguientes productos:

PROFORMA

DESCRIPCION	PRECIO
Teléfono Panasonic Inalámbrico doble base, modelo KX-TG 4112	\$80,00
Calculadora Cassio modelo HR 100 TM	\$25,00

Nota: precios incluyen IVA

Atentamente:



Ing. Miriam Vintimilla

Jefe de Ventas

ÍNDICE

Portada	i
Certificación	ii
Autoría	iii
Agradecimiento	iv
Dedicatoria	v
Título	2
Resumen	4
Introducción	9
Revisión de Literatura	13
Marco Referencial	13
Marco Conceptual	15
Materiales y Métodos	70
Resultados	78
Discusión	113
Conclusiones	224
Recomendaciones	227
Bibliografía	229
Anexos	232
Índice	263