



UNIVERSIDAD TÉCNICA ESTATAL DE QUEVEDO
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
INGENIERIA EN GESTIÓN EMPRESARIAL

Tesis de grado previa la obtención del
Título de Ingeniera en Gestión
Empresarial.

TEMA

PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE UN CENTRO
TERAPÉUTICO DE BIOMAGNETISMO, CANTÓN LA MANÁ, AÑO
2014.

AUTORA:

DIANA GABRIELA ABRIL CÓCHERES

DIRECTOR DE TESIS

ING. EDWIN CRUZ ROSERO, MSC.

Quevedo – Ecuador.

2015

DECLARACIÓN DE AUTORÍA Y CESIÓN DE DERECHOS

Yo, **DIANA GABRIELA ABRIL CÓCHERES**, declaro que el trabajo aquí descrito es de mi autoría; que no ha sido previamente presentado para ningún grado o calificación profesional; y, que he consultado las referencias bibliográficas que se incluyen en este documento.

La Universidad Técnica Estatal de Quevedo, puede hacer uso de los derechos correspondientes a este trabajo, según lo establecido por la Ley de Propiedad Intelectual, por su Reglamento y por la normatividad institucional vigente.

f. _____

Diana Gabriela Abril Cócheres

CERTIFICACIÓN DEL DIRECTOR DE TESIS

Ing. Edwin Cruz Rosero, MSC. Director de Tesis de grado. **CERTIFICA:** Que la egresada **DIANA GABRIELA ABRIL CÓCHERES**, realizó la Tesis de Grado previa a la obtención del Título de Ingeniera en Gestión Empresarial titulada “PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE UN CENTRO TERAPÉUTICO DE BIOMAGNETISMO, CANTÓN LA MANÁ, AÑO 2014, bajo mi dirección habiendo cumplido con las disposiciones reglamentarias establecidas para el efecto.

ING. EDWIN CRUZ ROSERO, MSC.
DIRECTOR DE TESIS



UNIVERSIDAD TÉCNICA ESTATAL DE QUEVEDO
FACULTAD DE CIENCIAS EMPREARIALES
CARRERA DE INGENIERÍA EN GESTIÓN EMPRESARIAL

TEMA

PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE UN CENTRO TERAPÉUTICO DE BIOMAGNETISMO, CANTÓN LA MANÁ, AÑO 2014.

Aprobado:

ECON. ROGER YELA BURGOS, MSC.
PRESIDENTE DEL TRIBUNAL DE TESIS

ING. GINA RENDÓN GUERRA, MSC. ING. JUAN CANO INTRIAGO, MSC.
MIEMBRO DEL TRIBUNAL DE TESIS MIEMBRO DEL TRIBUNAL DE TESIS

QUEVEDO - ECUADOR

AÑO 2015

DEDICATORIA

A mis padres, porque creyeron en mí, dándome un ejemplo digno de superación, entrega y por todo el apoyo recibido durante el transcurso de mi vida ayudando a que tenga la fortaleza para alcanzar cada una de mis metas.

AGRADECIMIENTO

A Dios por estar conmigo en cada paso que doy, por fortalecer mi corazón e iluminar mi mente y por haber puesto en mi camino a aquellas personas que han sido mi soporte y compañía durante todo el periodo de estudio.

Agradecer hoy y siempre a mis padres por su apoyo de no ser así no hubiese sido posible cumplir mis objetivos.

Al Ing. Edwin Cruz Rosero, MSC, por sus depósitos de conocimientos y dirección en este trabajo de investigación para poder conseguir esta tan anhelada meta.

ESQUEMA DE CODIFICACIÓN

(DUBLIN CORE) ESQUEMAS DE CODIFICACIÓN		
1	Título/Title	M Plan de negocio para la creación de un centro terapéutico de biomagnetismo en el cantón la Maná año 2014
2	Creador/Subject	M Abril Cócheres Diana Gabriela
3	Materia/Subject	M Ingeniera en Gestión Empresarial
4	Descripción/Description	M El tema de tesis planteado tiene como finalidad la creación de un centro terapéutico de biomagnetismo en el cantón La Maná que se realiza mediante un plan de negocio. La presente tesis contiene la Introducción, Problematización, Justificación, Objetivos, Hipótesis, Fundamentación teórica, Resultados de la investigación, la Discusión diseñada para implantar el Plan de negocio y Conclusiones, Recomendación.
5	Editor/Publisher	Abril Cócheres Diana Gabriela
6	Colaborador/Contributor	Ing. Edwin Cruz Rosero, MSC.
7	Fecha/Date	09/04/2015
8	Tipo/Type	Tesis de Investigación.
9	Formato/Format	Programas: Microsoft Word 2010; Microsoft Excel 2010; Microsoft Power Point 2010; SPSS 8.1

10	Identificador/Indentifier	M	g.ab.333@hotmail.com
11	Fuente/ Source	O	Libros , Folletos, Páginas Web, Ley de Régimen del Sector Eléctrico, Ley de Gestión Ambiental
12	Lenguaje/Languaje	M	Español
13	Relación/Relation	O	Ninguno
14	Cobertura/Coverage	O	Área de Emprendimiento y Administración.
15	Derechos/Rights	M	Ninguno
16	Audiencia/Audiencie	O	Tesis de Grado

ÍNDICE

PORTADA.....	i
DECLARACIÓN DE AUTORÍA Y CESIÓN DE DERECHOS.....	ii
CERTIFICACIÓN DEL DIRECTOR DE TESIS.....	iii
TRIBUNAL DE TESIS.....	iv
DEDICATORIA.....	v
AGRADECIMIENTO.....	vi
ESQUEMA DE CODIFICACIÓN.....	vii
ÍNDICE.....	ix
ÍNDICE DE CUADRO.....	xvii
ÍNDICE DE TABLA.....	xix
ÍNDICE DE GRÁFICO.....	xx
RESUMEN EJECUTIVO.....	xxi
SUMMARY.....	xxii
CAPÍTULO I MARCO CONTEXTUAL DE LA INVESTIGACIÓN.....	1
1.1. Introducción.....	2
1.2. Problematización.....	3
1.2.1. Planteamiento del problema.....	3
1.2.1.1. Diagnóstico.....	4
1.2.1.2. Pronóstico.....	4
1.2.1.3. Control del pronóstico.....	4
1.2.2. Formulación del problema.....	5
1.2.3. Sistematización del problema.....	5
1.3. Justificación.....	5
1.4. Objetivos.....	6
1.4.1. Objetivo General.....	7
1.4.2. Objetivos específicos.....	7
1.5. Hipótesis.....	7
1.5.1. Hipótesis general.....	7
1.5.2. Hipótesis específicos.....	7
CAPITULO II MARCO TEÓRICO.....	8
2.1. Fundamentación teórica.....	8

2.1.1.	Plan de negocio.	9
2.1.1.1.	Características de un plan de negocio.	9
2.1.1.2.	Cualidades de un plan de negocio.	10
2.1.1.3.	Estructura del plan de negocio.	11
2.1.1.4.	Como elaborar un plan de negocio.	11
2.1.2.	Descripción general de la empresa.	12
2.1.2.1.	Presentación.	12
2.1.2.2.	Resumen ejecutivo.	12
2.1.2.3.	Planificación estratégica.	12
2.1.2.3.1.	Misión.	12
2.1.2.3.2.	Visión.	13
2.1.2.3.3.	Análisis FODA.	13
2.1.2.4.	Estructura legal.	14
2.1.2.4.1.	Socio.	14
2.1.2.4.2.	Organigrama.	15
2.1.2.4.3.	Funciones y responsabilidades.	15
2.1.2.5.	Mercadeo.	15
2.1.2.5.1.	Análisis de mercado.	15
2.1.2.5.2.	Marketing mix.	15
2.1.3.	Estudio de mercado.	17
2.1.3.1.	Análisis de la oferta.	17
2.1.3.2.	Análisis de la demanda.	18
2.1.3.3.	Análisis de los precios.	19
2.1.3.4.	Análisis de la comercialización.	19
2.1.4.	Estudio técnico.	19
2.1.4.1.	Tamaño óptimo del proyecto.	20
2.1.4.2.	Localización optima del proyecto.	21
2.1.4.3.	Ingeniería del proyecto.	21
2.1.4.4.	Marco Legal de la empresa y factores relevantes.	21
2.1.5.	Estudio organizacional.	22
2.1.5.1.	El equipo directivo y el organigrama.	22
2.1.5.2.	El organigrama.	23
2.1.6.	Estudio financiero.	23

2.1.6.1.	El plan de inversión.....	23
2.1.6.1.1.	Activo fijo.....	23
2.1.6.1.2.	Activo diferido.	24
2.1.6.1.3.	Capital de trabajo.....	25
2.1.6.1.4.	Flujo de caja.....	25
2.1.6.1.5.	Análisis de rentabilidad.	25
2.1.6.1.6.	El estado de resultado (P y G).	26
2.1.6.1.7.	Análisis de costos	26
2.1.6.1.8.	Criterios de evaluación.....	27
2.1.6.1.8.1.	Valor actual neto.....	27
2.1.6.1.8.2.	Tasa interna de retorno.	27
2.1.6.1.8.3.	Periodo de recuperación.....	28
2.1.7.	Estudio del impacto ambiental.	28
2.1.8.	Experiencia de la creación de un centro terapéutico.	28
2.1.9.	El biomagnetismo.....	29
2.1.9.1.	Par biomagnético.	30
2.1.9.2.	Clasificación de los pares biomagnéticos	31
2.1.9.3.1.	Característica de los imanes.....	34
2.1.9.3.1.1.	Normas de fabricación.....	34
2.1.9.3.1.1.1.	Imanes cerámicos.	34
2.1.9.3.1.1.2.	Imanes de neodimio.	34
2.1.9.3.1.2.	Polaridades de los imanes y sus efectos.....	35
2.1.9.3.1.3.	Intensidades.	35
2.1.9.3.1.4.	El Biomagnetismo médico o medicinal.	36
2.1.9.4.	Reiki... ..	36
2.1.9.4.1.	La aplicación del Reiki.	36
2.1.9.4.1.1.	Etapas de la aplicación Reiki.....	37
2.1.9.5.	Reflexología.	37
2.1.9.5.1.	Clasificación de la reflexología.....	38
2.1.9.5.2.	Pasos iniciales en el tratamiento.	40
2.1.9.5.3.	Reflexología podal.	41
2.1.9.5.3.1.	Puntos reflejos en los pies.....	41
2.1.9.5.3.2.	Técnicas básicas de tratamiento.	41

2.1.9.5.4. Reflexología palmar.	42
2.1.9.5.4.1. Las técnicas a aplicar.	42
2.1.9.6. Flores de Bach.	43
2.1.9.6.1. El poder de las esencias florales.	44
2.1.9.6.2. Como actúan las flores de Bach.	44
2.1.9.6.3. Las enfermedades metafísicas.	44
2.1.9.6.4. ¿Quién puede decidir que flores requiere?	46
2.1.9.6.5. Frecuencia de visitas.	46
2.1.9.6.6. Elaboración de una botella de infusión.	47
2.1.9.7. Masaje terapéutico.	48
2.1.9.7.1. La función del masajista terapéutico.	49
2.1.9.7.2. Implementos dentro de un masaje terapéutico.	49
2.1.9.7.3. Antes y después del masaje.	49
2.1.9.8. Baños de cajón.	50
2.1.9.8.1. Pasos para realizar un baño de cajón.	51
2.2. Fundamentación conceptual.	52
2.2.1. ¿Qué es un plan de negocio?	52
2.2.2. Estudio de mercado.	52
2.2.3. Estudio técnico.	53
2.2.4. Estudio organizacional.	53
2.2.5. Estudio financiero.	54
2.2.6. Estudio del impacto ambiental.	54
2.2.7. Biomagnetismo.	54
2.2.8. Ley de gauss.	55
2.2.9. El pH.	55
2.2.10. Ión.	56
2.2.10.1. Óxido ferroso-férrico.	56
2.2.10.2. Óxido de estroncio.	56
2.2.10.3. Curva de histéresis.	56
2.2.11. El aura.	57
2.3. Fundamentación legal.	57
2.3.1. Constitución y registro de compañías vía electrónica proceso simplificado.	57

2.3.1.1.	Proceso.....	58
2.3.2.	Reglamento para la obtención de los permisos de funcionamiento.	62
CAPITULO III METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN.....		67
3.1.	Materiales y métodos.....	68
3.1.1.	Materiales.....	68
3.1.2.	Métodos.....	68
3.1.2.1.	Método Inductivo – Deductivo.....	68
3.1.2.2.	Método Analítico – Sintético.....	68
3.2.	Tipos de investigación.....	69
3.2.1.	Documental.....	69
3.2.2.	Campo.....	69
3.3.	Diseño de la investigación.....	69
3.3.1.	Técnicas e instrumentos de investigación.....	69
3.3.1.1.	Encuesta.....	69
3.3.1.1.1.	Tipos de preguntas utilizadas.....	70
3.3.2.	Recolección de la información empírica.....	70
3.3.2.1.	Primarias.....	70
3.3.2.2.	Secundarias.....	70
3.4.	Población y muestra.....	71
3.4.1.	Población.....	71
3.4.2.	Muestra.....	71
3.4.3.	Población y muestra de personas a encuestar.....	72
3.4.3.1.	Universo objetivo.....	72
3.4.3.2.	Población del cantón La Maná total de la zona urbana y rural de las edades comprendidas entre 15 a 79 años.....	72
CAPÍTULO IV RESULTADOS Y DISCUSIÓN.....		74
4.1.	Análisis y resultados de las encuestas.....	75
4.2.	Discusión.....	98
4.3.	Plan de negocios para la creación de un centro terapéutico de biomagnetismo en el Cantón La Maná.....	100
4.3.1.	Definición del negocio.....	100
4.3.1.1.	Información personal y calificaciones.....	100
4.3.1.2.	Productos y Servicios.....	101

4.3.1.3.	Objetivo del estudio.....	101
4.3.1.4.	Apéndices.	101
4.4.	Estudio de mercado.	103
4.4.1.	Situación del mercado.....	103
4.4.2.	Mercado Objetivo.	103
4.4.3.	Necesidades del mercado.....	104
4.4.4.	Definición del servicio.	104
4.4.4.1.	Características de los servicios, beneficios y contraindicaciones. .	105
4.4.6.	Análisis de la oferta.....	118
4.4.7.	Análisis del Precio.....	118
4.4.8.	Análisis de la competencia.....	119
4.4.8.1.	Estrategias con los competidores.	120
4.4.9.	Análisis FODA.....	121
4.4.10.	Promoción de publicidad para dar a conocer los servicios.	121
4.4.10.1.	Publicidad.	121
4.4.10.2.	Promoción.....	122
4.5.	Estudio técnico.....	123
4.5.1.	Localización del proyecto.....	123
4.5.1.1.	Macro localización.....	123
4.5.2.	Micro localización.....	124
4.5.3.	Razones de la ubicación.	124
4.5.4.	Estructura física.	124
4.5.5.	Nombre del negocio.	126
4.5.6.	Logotipo.	126
4.5.7.	Slogan.....	126
4.5.8.	Visión.	126
4.5.9.	Misión.....	127
4.5.10.	Costos de los requerimientos de insumos para los servicios.	127
4.5.10.1.	Costo de los requerimientos de productos para los distintos servicios.	127
	127	
4.5.10.2.	Costo de los requerimientos de servicios generales, suministros de limpieza y útiles de oficina.	128
4.5.10.2.1.	Servicios generales.	129

4.5.10.3.	Costo del requerimiento de obra física.....	130
4.5.10.4.	Costo del requerimiento de equipos y maquinarias.	131
4.5.10.5.	Costo del requerimiento de equipos de oficina.	131
4.5.10.6.	Costo del requerimiento de muebles y enseres.	132
4.6.	Estudio organizacional.	132
4.6.1.	Aspecto legal.	132
4.6.2.	Valores organizacionales.	133
4.6.3.	Estructura organizacional.....	133
4.6.4.	Requerimiento de personal y costo.....	135
4.7.	Estudio económico y financiero.	136
4.7.1.	Inversión en activo fijo.....	136
4.7.1.1.	Depreciación de activos fijos.....	136
4.7.2.	Inversión en activos diferidos.....	137
4.7.3.	Capital de trabajo.....	137
4.7.4.	Inversión del proyecto.....	138
4.7.5.	Financiamiento de inversión.	138
4.7.6.	Total de costos operacionales.	140
4.7.7.	Proyección de venta.....	141
4.7.8.	Estado de pérdidas y ganancias.	141
4.7.9.	Flujo de Efectivo.....	142
4.7.10.	Punto de Equilibrio.	142
4.7.11.	Ingresos mensuales del año 1.	144
4.8.	Índice de evaluación.	145
4.8.1.	Determinación de la tasa de descuento.	145
4.8.2.	Valor actual neto.	145
4.8.3.	Tasa Interna de retorno.....	146
4.8.4.	Periodo de recuperación de la inversión.	146
CAPITULO V CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....		147
5.1.	Conclusiones.	148
5.2.	Recomendaciones.	149
CAPITULO VI BIBLIOGRAFÍA.....		150
6.1.	Literatura Citada.....	151
6.1.1.	Bibliografía.	151

6.1.2.	Linkografía.	154
CAPITULO VII ANEXOS.....		157
7.1.	Cuestionario para las encuestas.....	157
7.2.	Proformas para el estudio técnico.....	161

ÍNDICE DE CUADRO

Cuadro 1: Estructura del Plan de Negocio.....	11
Cuadro 2: Población de 15 a 79 años de la zona urbana del Cantón La Maná.	72
Cuadro 3: Total de la población urbana y rural de 15 a 79 años.....	72
Cuadro 4: Calculo de muestra poblacional para encuestar a la población de la zona urbana del Cantón La Maná.....	73
Cuadro 5: Personal y calificaciones del plan de negocios para la creación un centro terapéutico de biomagnetismo en el cantón La Maná año 2014.....	100
Cuadro 6: Características en el perfil esperado del cliente para el plan de negocios en la creación de un centro terapéutico de Biomagnetismo en el cantón La Maná año 2014.	103
Cuadro 7: Porcentaje de aceptación del servicio, para la creación de un centro terapéutico de biomagnetismo en el cantón La Maná.....	116
Cuadro 8: Porcentaje de aceptación de precio por cada terapia.	117
Cuadro 9: Fijación de precio de las terapias por día, mes y por año para la creación de un centro terapéutico de Biomagnetismo en el cantón La Maná.	119
Cuadro 10: Análisis de la competencia del centro terapéutico de biomagnetismo en el cantón La Maná, año 2014.....	119
Cuadro 11: Estrategias del centro terapéutico de biomagnetismo con los competidores directos en el cantón La Maná, año 2014.....	120
Cuadro 12: Matriz FODA	121
Cuadro 13: Gasto anual de la publicidad para el servicio que brindará el centro terapéutico de biomagnetismo en el cantón La Maná, año 2014.....	122
Cuadro 14: Costos de los requerimientos de insumos para cada servicio.....	127
Cuadro 15: Costo de los requerimientos de servicios básicos.....	128
Cuadro 16: Costo de los requerimientos de suministro de limpieza.	128
Cuadro 17: Costo de los requerimientos de útiles de oficina.	129
Cuadro 18: Costo de los insumos y servicios generales.....	129
Cuadro 19: Costos de obra física.....	130
Cuadro 20: Costos para el requerimiento de equipos y maquinarias.....	131
Cuadro 21: Costos para el requerimiento de los equipos de oficina.	132

Cuadro 22: Costos para el requerimiento de los equipos de oficina.	132
Cuadro 23: Costos del personal para el primer año de operación en el centro terapéutico de biomagnetismo año 2014.	135
Cuadro 24: Inversión en activos fijos.	136
Cuadro 25: Depreciación de activo fijo.	136
Cuadro 26: Inversión en activos diferidos	137
Cuadro 27: Costo Involucrados.....	137
Cuadro 28: Inversión total del proyecto para el primer año.	138
Cuadro 29: Amortización del préstamo bancario para la creación del centro terapéutico de biomagnetismo.	139
Cuadro 30: Costo operacional.	140
Cuadro 31: Proyección de Ingreso.....	141
Cuadro 32: Estado de perdida y ganancia.....	141
Cuadro 33: Flujo de Efectivo del año 1.	142
Cuadro 34: Punto de Equilibrio.	143
Cuadro 35: Ingresos mensuales del primer año.	144
Cuadro 36: Indicadores económicos.....	145
Cuadro 37: Valor Actual Neto.	145
Cuadro 38: Tasa Interna de Retorno.	146
Cuadro 39: Periodo de Recuperación de la Inversión.....	146

ÍNDICE DE TABLA

Tabla 1: Edad de los encuestados.....	75
Tabla 2: Nivel de Ingreso de los encuestados.	76
Tabla 3: Sector de domicilio de los encuestados.	77
Tabla 4: Ocupación de los encuestados.	78
Tabla 5: Número de integrantes en el hogar.....	79
Tabla 6: Asistencia a los centros terapéuticos.	80
Tabla 7: Opinión sobre la ubicación de los centros terapéuticos	81
Tabla 8: Calidad de los servicios que ofrecen los centros terapéuticos.....	82
Tabla 9: Precios de los servicios que recibe en los centros terapéuticos.	83
Tabla 10: Instalaciones de los centros terapéuticos.	84
Tabla 11: Frecuencia de visita a los centros terapéuticos.	85
Tabla 12: Motivos por los que no asisten a los centros terapéuticos.	86
Tabla 13: Utilización de servicios en los centros terapéuticos.	87
Tabla 14: Resumen de los casos de terapias a recibir.	88
Tabla 15: Terapias a resumir.	89
Tabla 16: Resumen de los casos de los aspectos importantes para asistir a un centro terapéutico.	90
Tabla 17: Aspectos importantes para asistir a un centro terapéutico.....	90
Tabla 18: Frecuencia de asistencia al centro terapéutico.	91
Tabla 19: Resumen de los casos a pagar por los servicios en nuestro centro terapéutico.	92
Tabla 20: Pagos por los servicios en nuestro centro terapéutico.....	93
Tabla 21: Preferencia a los medios de publicidad.....	94
Tabla 22: Promociones del centro terapéutico.....	95
Tabla 23: Preferencia de horarios para el centro terapéutico de biomagnetismo.	96

ÍNDICE DE GRÁFICO

Gráfico 1: Edad de los encuestados.	75
Gráfico 2: Nivel de Ingreso de los encuestados.	76
Gráfico 3: Sector de domicilio de los encuestados.	78
Gráfico 4: Ocupación de los encuestados.	79
Gráfico 5: Número de integrantes en el hogar.	80
Gráfico 6: Asistencia a los centros terapéuticos.	81
Gráfico 7: Opinión sobre la ubicación de los centros terapéuticos.	82
Gráfico 8: Calidad de los servicios que ofrecen los centros terapéuticos.	83
Gráfico 9: Precios de los servicios que recibe en los centros terapéuticos.	84
Gráfico 10: Instalaciones de los centros terapéuticos.	85
Gráfico11: Frecuencia de visita a los centros terapéuticos.	86
Gráfico 12: Motivos por los que no asisten a los centros terapéuticos.	87
Gráfico 13: Utilización de servicios en los centros terapéuticos.	88
Gráfico 14: Terapias a resumir.	89
Gráfico 15: Aspectos importantes para asistir a un centro terapéutico.	91
Gráfico 16: Frecuencia de asistencia al centro terapéutico.	92
Gráfico 17: Pagos por los servicios en nuestro centro terapéutico.	93
Gráfico 18: Medios de publicidad.	94
Gráfico 19: Promociones del centro terapéutico.	95
Gráfico 20: Preferencia de horarios para el centro terapéutico de biomagnetismo.	97
Gráfico 21: Crecimiento del 5% anual de la demanda en los primeros cinco años	118
Gráfico 22: Punto de Equilibrio.	143

RESUMEN EJECUTIVO

El presente estudio tiene como objetivo principal establecer los costos y gastos para determinar la factibilidad del plan de negocio para la creación de un centro terapéutico de biomagnetismo en el cantón La Maná, año 2014.

El centro terapéutico de biomagnetismo tiene como finalidad ofrecer una diversificación de terapias alternativa orientada a la salud física, mental y emocional, brindar un servicio de calidad a través de un personal responsable y capacitado, con precios competitivos y considerando la situación económica de los habitantes del cantón La Maná.

El negocio se constituirá con el nombre de April Center S.A., bajo la denominación de compañía anónima que permitirá la captación de futuros inversionistas interesados.

El estudio de mercado nos demuestra que el 89,9% de los encuestados acepta la idea del plan de negocio considerando este porcentaje se obtiene que la demanda es de 16.973 clientes, es necesario que el centro terapéutico en el año brinde sus servicios a 11.450 clientes para que no exista pérdida, considerando una estimación en el precio, cada servicio tendrá un costo de \$12,50, por cada terapia a través del estudio técnico se estable que el negocio está ubicado en la Av. 19 de Mayo entre Eugenio Espejo siendo un punto estratégico para la captación de clientes.

El índice de evaluación muestra que TIR del proyecto alcanza el 31,96%, superando la tasa de interés del 20,84%, demostrando que el negocio es factible, también nos manifiesta que se recupera la inversión en el primer año de operación.

SUMMARY

The present study has as main objective to establish the costs and expenses to determine the feasibility of the business plan for the creation of a therapeutic center of biomagnetism in the canton The Manna, year 2014.

The therapeutic center of biomagnetism has as purpose to offer an alternative diversification of therapies guided to the physical, mental and emotional health, to offer a service of quality through responsible and qualified personnel, with competitive prices and considering the economic situation of the inhabitants of the canton The Manna.

The business will be constituted with the name of April Center CORP., under the denomination of anonymous company that will allow the reception of future interested investors.

The market study demonstrates us that 89,9% of those interviewed accepts the idea of the business plan considering this percentage it is obtained that the demand belongs to 16.973 clients, you necessary that the year the therapeutic center offers its services to 11.450 clients so that it doesn't exist lost, considering an estimate in the price, each service will have a cost of \$12,50, for each therapy through the technical study you stable that the business this located in the Av. May 19 among Eugenio Mirror being a strategic point for the reception of clients.

The evaluation index shows that TIR of the project reaches 31,96%, overcoming the interest rate of 20,84%, demonstrating that the business is feasible, he/she also manifests us that you to recover the investment in the first year of operation.

CAPÍTULO I
MARCO CONTEXTUAL DE LA INVESTIGACIÓN

1.1. Introducción.

En la actualidad la medicina convencional no siempre propone soluciones definitivas a todos los problemas de salud que se presenta en los seres humanos, por esta razón han surgido nuevas formas de aliviar las dolencias tanto físicas como mentales que han sido circunscriptas bajo el nombre de "terapias alternativas".

El biomagnetismo forma parte de la medicina alternativa, esta es una terapia que ocupa imanes de mediana intensidad que permiten regular el pH del cuerpo y de esta manera estabilizarlo para eliminar todo virus, bacteria, hongo o parásito, causando una mejoría extraordinaria, y dando la energía que nuestro cuerpo requiere, este tipo de tratamiento ayudara a muchas personas que tienen problemas de salud en el cantón La Maná.

A través de este proyecto se plantea un plan de negocio para la creación de un centro terapéutico de biomagnetismo, con el estudio de mercado se pretende conocer el grado de aceptación de las personas para crear el centro terapéutico, también un estudio técnico, económico, financiero y organizacional que tendrá la finalidad de determinar la factibilidad de este tipo de negocios en el cantón La Maná. En lo que respecta al marco teórico se basa en dos categorías semánticas la primera que hace referencia a los planes de negocios, mientras que en la segunda parte abarca la creación del centro terapéutico de biomagnetismo.

El presente trabajo de investigación se constituye de los siguientes capítulos que se observan a continuación:

Capítulo I.- En este capítulo se plantea el Marco contextual de la investigación el mismo que se encuentra conformado por la Introducción, la Problematicación, Justificación, Objetivos e Hipótesis.

Capítulo II.- Este capítulo corresponde al Marco Teórico de la Investigación, en el que se establece la Fundamentación Teórica, la Fundamentación Conceptual y la Fundamentación Legal.

Capítulo III.- Este capítulo trata sobre la Metodología de la Investigación, se encuentra formado por los Materiales y Métodos, los Tipos de Investigación, el Diseño de la Investigación y la Población y Muestra.

Capítulo IV.- Es el capítulo más relevante, porque detalla los Resultados y Discusión de la Investigación.

Capítulo V.- En este capítulo muestra las Conclusiones y Recomendaciones de la Investigación.

Capítulo VI.- El capítulo muestra la Bibliografía de la investigación.

Capítulo VII.- Este capítulo muestra los Anexos de la investigación.

1.2. Problematización.

1.2.1. Planteamiento del problema.

Hoy en día los problemas de salud que se presentan son resistentes a la medicina convencional que conocemos por lo que la ciudadanía se ha visto obligada a buscar una forma alternativa de curación y es ahí donde nacen las medicinas alternativas, siendo el Biomagnetismo un Sistema de diagnóstico terapéutico medicinal. Por lo tanto es necesario conocer si la creación de un Centro Terapéutico de Biomagnetismo tendrá la aceptación deseada para de esta manera iniciar con el proceso del plan de negocio y por consiguiente el desarrollo de estrategias para dar a conocer a la ciudadanía del Cantón La Maná.

1.2.1.1. Diagnóstico.

Actualmente la medicina convencional ha decidido autodenominarse "medicina científica" con la intención de auto prestigiar y a su vez de marcar distancias con otras concepciones de la salud y de terapias que no han "demostrado" sus fundamentos, pero la realidad de la medicina científica es otra debido a que la mayor parte de lo que ofrece a excepción de la cirugía, son fármacos sintomáticos. Sin embargo aún el Biomagnetismo no está conocido por las personas como medicina alternativa, por tal motivo es necesario conocer si la creación de un centro terapéutico de Biomagnetismo tiene aceptación en las personas que habitan en el Cantón La Maná.

1.2.1.2. Pronóstico.

En la ciudad de la Maná en la actualidad existen tres centros de terapias de biomagnetismo los mismos que no cuentan con servicios de baños de cajón, masaje terapéutico, biomagnetismo, reflexología y flores de Bach, convirtiendo a April Center en un negocio potencial el cual permitirá a la ciudadanía acceder a distintas terapias que le ayudaran a mantenerse saludables y activas introduciendo de manera responsable y profesional este centro en la ciudad de La Maná.

1.2.1.3. Control del pronóstico.

En este proyecto se pretende contribuir una nueva e innovadora alternativa a la ciudad de la Maná creando el centro de biomagnetismo mediante diversas terapias, se pretende introducir al mercado el centro terapéutico utilizando todas las estrategias concerniente a la realización de un plan de negocio y obtener la viabilidad deseada.

1.2.2. Formulación del problema.

¿Cuál es la incidencia de un Plan de Negocio para la creación de un centro Terapéutico de Biomagnetismo en el Cantón La Maná, año 2014?

1.2.3. Sistematización del problema.

¿Cuál es el grado de aceptación de las personas para la creación de un centro Terapéutico de Biomagnetismo en el Cantón La Maná?

¿Cómo determinar la factibilidad del plan de negocio para la creación de un centro Terapéutico en el Cantón La Maná?

¿Qué estrategias se deben desarrollar en la obtención de financiamiento para la creación del centro Terapéutico de Biomagnetismo en el Cantón La Maná?

1.3. Justificación

En el Ecuador la salud es un derecho que tiene cada habitante para que el buen vivir también llamado *sumak kawsay* se pueda realizar en su totalidad, es así como en el artículo 30 de la constitución de la república se menciona lo siguiente:

La salud es un derecho que garantiza el Estado, cuya realización se vincula al ejercicio de otros derechos, entre ellos el derecho al agua, la alimentación, la educación, la cultura física, el trabajo, la seguridad social, los ambientes sanos y otros que sustentan el buen vivir (Asamblea Nacional Constituyente, 2008).

Este artículo se refiere a la importancia de la salud como un derecho el mismo que permite el buen desempeño de sus habitantes, por ello para que la salud esté presente en el ser humano debe existir un balance entre el cuerpo la mente y el alma es ahí en donde los centros terapéuticos de biomagnetismo toman parte importante en los procesos efectivos para que las personas gocen de un buen estado de salud.

A través de la presente investigación se pretende elaborar un plan de negocio para la creación de un centro terapéutico de biomagnetismo en el cantón La Maná, ya que actualmente la medicina convencional no siempre propone solucionar los problemas de salud que se han vuelto resistente, por este motivo se ha tomado otra opción como es la medicina alternativa siendo el biomagnetismo una terapia que forma parte de ella.

La creación de este centro terapéutico pretende captar la atención de las personas y ayudar a contrarrestar los problemas de salud que se presentan en los habitantes del cantón La Maná estando esté al alcance de la economía de las personas, además de otorgar rentabilidad económica a este proyecto.

1.4. Objetivos.

1.4.1. Objetivo General.

Realizar un Plan de Negocio para la creación de un centro terapéutico de Biomagnetismo en el Cantón La Maná, año 2014.

1.4.2. Objetivos específicos

- Identificar la oferta y demanda para la creación de un centro terapéutico de Biomagnetismo en el Cantón La Maná.
- Establecer un Estudio Técnico y Organizacional con la finalidad de analizar la factibilidad de la investigación.
- Determina un Estudio Económico y Financiero para conocer la rentabilidad de la creación de un centro terapéutico en el Cantón La Maná.

1.5. Hipótesis.

1.5.1. Hipótesis general.

La realización de un plan de negocio incide positivamente en la creación de un centro terapéutico de Biomagnetismo en el Cantón La Maná, año 2014.

1.5.2. Hipótesis específicos.

- La elaboración de un estudio de mercado a las personas que habitan en La Maná permite conocer la oferta y demanda para la creación del centro terapéutico de Biomagnetismo.
- El estudio técnico y organizacional permite conocer la factibilidad de la investigación.
- El desarrollo de un estudio económico y financiero permite conocer la rentabilidad de la creación del centro terapéutico en el Cantón La Maná.

CAPITULO II

MARCO TEÓRICO

2.1. Fundamentación teórica

2.1.1. Plan de negocio.

El plan de negocio es la expresión concreta y ordenada de las expectativas futuras de un proyecto de inversión o una empresa en su conjunto, sea ésta nueva o ya en funcionamiento. Con el Plan de Negocio se puede valorar la oportunidad del posible proyecto o negocio y su viabilidad económica-financiera. Habitualmente es la primera visión de la empresa que reciben los posibles financiadores de la misma, por lo que su adecuada preparación y presentación es fundamental hoy en día en el mundo de los negocios (Maite Seco, 2008).

Para desarrollar un plan de negocio es necesario saber si existe un segmento de la demanda que se encuentre insatisfecho. Si el producto o servicio que lanzaremos al mercado es novedoso, definir cuáles son las ventajas competitivas y comparativas que tiene éste, frente a los otros productos o servicios que existen en el mercado (Galindo Ruiz, 2011).

2.1.1.1. Características de un plan de negocio.

Un plan de negocio posee las siguientes características (Muñiz González, 2010):

- ✓ Obliga a las personas que están creando la empresa a analizar su idea de negocio sistemáticamente, lo que asegurara que esta tenga realmente un gran impacto (Muñiz González, 2010).
- ✓ Muestra las carencias en el conocimiento existente, y ayuda a subsanarlas de forma eficaz y estructurada (Muñiz González, 2010).
- ✓ Asegura que se toman decisiones, de forma que se adopte un método bien enfocado (Muñiz González, 2010).
- ✓ Sirve como herramienta central de comunicación para los diversos participantes en el proyecto (Muñiz González, 2010).
- ✓ Hace surgir la lista de recursos que se van a necesitar y, de este modo, permite conocer los recursos necesarios (Muñiz González, 2010).

- ✓ Constituye una prueba experimental de lo que será la realidad. Si en la fase de creación del plan de negocio, se descubre que existe la posibilidad de fracasar, no se habrá producido ningún daño irreparable. En cambio, si se descubre más tarde, dicha posibilidad podría tener efectos desastrosos en el negocio, para los clientes, para los inversores y para los empleados de la empresa (Muñiz González, 2010).

Un plan de negocio bien preparado y completo, constituye la base sobre la que levantar una idea de negocio, sirve para obtener los recursos así como la financiación necesaria para establecer y desarrollar con éxito una empresa (Muñiz González, 2010).

2.1.1.2. Cualidades de un plan de negocio.

Un buen plan de negocio debe cumplir las siguientes cualidades (Muñiz González, 2010):

- Eficaz: debe contener, ni más ni menos, todo aquello que un eventual promotor o inversor debe conocer para financiar el proyecto (Muñiz González, 2010).
- Estructurado: debe tener una estructura simple y clara que permita ser entendido de una forma fácil (Muñiz González, 2010).
- Comprensible: debe estar escrito con claridad, con un vocabulario preciso, evitando jergas y conceptos muy técnicos. Las cifras y tablas deben ser simples y de fácil comprensión (Muñiz González, 2010).
- Breve: debe contener los datos necesarios y oportunos (Muñiz González, 2010).
- Cómodo: debe ser fácil de entender y leer (Muñiz González, 2010).
- Atractivo: las cifras y cuadros son fáciles de entender; se deben evitar los efectos especiales en los gráficos (Muñiz González, 2010).
- El periodo de plan de negocios debería ser máximo tres años, ir más allá debe quedar justificado (Muñiz González, 2010).

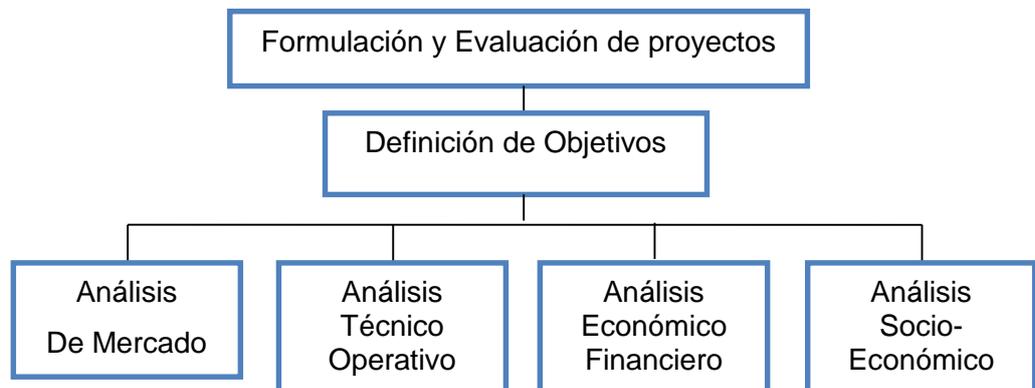
- Contenido: lo más importante no es el estilo y la presentación sino el contenido y la justificación de datos con argumentos (Muñiz González, 2010).

Es muy importante determinar también la misión y visión en el plan de negocio (Muñiz González, 2010).

2.1.1.3. Estructura del plan de negocio.

La estructura general de la metodología de la evaluación de proyectos se presenta como muestra la gráfica (Baca Urbina, 2010).

Cuadro 1: Estructura del Plan de Negocio



Fuente: (Baca Urbina, 2010).

Elaboración: Autora.

2.1.1.4. Como elaborar un plan de negocio.

El Plan de Negocio es aquel documento que esquematiza de manera clara la información necesaria para conocer si el nuevo negocio o la ampliación de la actividad productiva va ser exitosa y rentable.

Uno de los errores frecuentes en estas iniciativas es no vislumbrar resultados alcanzables. Es imprescindible identificar las fortalezas y las necesidades para no incurrir en el desperdicio de recursos (Corporacion Nacional Financiera, 2011).

2.1.2. Descripción general de la empresa.

2.1.2.1. Presentación.

- ✓ Nombre de la Empresa
- ✓ Dirección donde se ubica la Empresa
- ✓ Teléfono
- ✓ Correo Electrónico
- ✓ Página Web
- ✓ Fecha de Elaboración

2.1.2.2. Resumen ejecutivo.

Este es un breve análisis de los aspectos más importantes del proyecto, a veces lo único que lee el receptor del proyecto, por lo tanto en pocas palabras se debe describir el producto o servicio, el mercado, la empresa, los factores de éxito del proyecto, los resultados esperados, las necesidades de financiamiento y las conclusiones generales (Corporacion Nacional Financiera, 2011).

2.1.2.3. Planificación estratégica.

La Planificación Estratégica, es un conjunto de elementos que ayudara al participante a establecer la dirección de la empresa, o a elaborar el mapa de ruta para lograr los objetivos planteados, es decir realizarás el análisis de la situación actual con proyección a los nuevos objetivos. Para esto utilizaremos varios direccionadores como: Misión, Visión, FODA (Fortaleza, Oportunidades, Debilidades, Amenazas) (Corporacion Nacional Financiera, 2011).

2.1.2.3.1. Misión.

La declaración de misión define el propósito principal de la empresa, o idea de negocio, o sea, porqué existe. La misión de la empresa trata de resumir la razón de existir de la misma, ello requiere que se analice de una forma muy concreta por qué y para qué debe ejercer la empresa su actividad o actividades (Muñiz González, 2010).

2.1.2.3.2. Visión.

La visión es una declaración de a dónde quiere llegar la empresa en el futuro, en los próximos años. La visión debe ser una declaración precisa y concreta que sirva como punto de referencia cuando se deban obtener los objetivos y las estrategias para conseguirlos (Muñiz González, 2010).

2.1.2.3.3. Análisis FODA.

Al análisis FODA permite relacionar las oportunidades y amenazas del entorno con las debilidades y fortalezas de la empresa (Muñiz González, 2010).

➤ **Fortalezas.**

Son un recurso de tipo interno que posee la empresa en mejores condiciones que su competencia y que la hacen tener ventaja sobre los demás, y por lo tanto la hace rigurosa en su accionar. Son aquellos aspectos internos en los que somos fuertes y que debemos mantener o mejorar para posicionarnos adecuadamente en el mercado (Muñiz González, 2010).

➤ **Debilidades.**

Son limitaciones, defectos o inconsistencias en la empresa, que constituyen un obstáculo para la consecución de los objetivos y una merma (disminución) en la calidad de la gestión. Aspectos internos en los que debemos mejorar para lograr una posición más competitiva (Muñiz González, 2010).

➤ **Oportunidades.**

Son aquellas circunstancias o situaciones del entorno (fuerzas que surgen desde fuera de los límites de una organización, pero que afectan sus decisiones y acciones internas, así como sus actividades y desarrollo), son potencialmente favorables para la institución u organización que queramos estudiar (Muñiz González, 2010).

➤ **Amenazas.**

Son aquellas circunstancias o situaciones del entorno desfavorables para la empresa que pueden afectar negativamente la marcha de la institución, de no tomarse las medidas necesarias en el momento oportuno (Muñiz González, 2010).

2.1.2.4. Estructura legal.

2.1.2.4.1. Socio.

“Cuando se decide formar una nueva empresa, ha de reflexionarse si es necesario o conveniente tener uno o varios socios, que porcentaje de la empresa se está dispuesto a ceder y a cambio de qué” (Fleitman, 2012).

Para tomar la decisión de forma una sociedad, hay que considerar si las partes cumplen con los siguientes requisitos (Fleitman, 2012):

- ✓ Perfil adecuado para trabajar conjuntamente en armonía.
- ✓ Criterio amplio para respetar las políticas y reglas que se establezcan conjuntamente para el funcionamiento de la sociedad.
- ✓ Temperamento adecuado para formar y participar en una sociedad.
- ✓ Conocer y aceptar su responsabilidad y papel que juega en la sociedad.

Para localizar socios potenciales estratégicos hay que definir qué se necesita, quién lo tiene y quién podría apreciar mejor el potencial de la propuesta de negocio que se presenta (Fleitman, 2012).

2.1.2.4.2. Organigrama.

Los organigramas son las representaciones gráficas de la estructura de una empresa. Su finalidad es representar claramente las áreas de responsabilidad y los niveles jerárquicos que conforman una empresa (Caballero & Freijeiro, 2010).

2.1.2.4.3. Funciones y responsabilidades.

Más allá de las atribuciones que correspondan a las personas con funciones específicas, la organización de la empresa se basa en la definición de forma clara las funciones y responsabilidades de cada persona en los diferentes niveles jerárquicos de una empresa (studios, 2011).

2.1.2.5. Mercadeo.

2.1.2.5.1. Análisis de mercado.

El objetivo central de este análisis es determinar, la existencia real de clientes para los productos o servicios que van a producirse, la disposición de los clientes para pagar el precio establecido, la determinación de la cantidad demandada, la aceptación de las formas de pago, la validez de los mecanismos de mercadeo y venta previstos, la identificación de los canales de distribución que se van a usar, la identificación de las ventajas y desventajas competitivas, el entorno económico y social del sector económico en el cual se va a actuar, los comportamientos del consumidor, los mecanismos de promoción, los planes estratégicos y las tácticas de mercadeo, con el propósito de poder elaborar una proyección de venta válidas (Varela Villegas, 2008).

2.1.2.5.2. Marketing mix.

El objeto de estudio del marketing se esquematiza por medio de lo que se llama la mezcla de marketing, marketing mix o 4P básicas de acuerdo con Jerome McArthy, así como las 3P adicionales para los servicios, y la adición de las 4C (Lerma Kirchner, 2010).

Los servicios son en esencia el trabajo que desarrolla un individuo, grupo de personas u organizaciones en beneficio de otro, con base en una contratación comercial; por tanto, el contenido de la mezcla ampliada para servicios necesariamente comprende al personal con sus características, disposición y capacidades para prestar el servicio, así como la secuenciación de tareas o pasos que supone la prestación del servicio, y las condiciones físicas, localización y ambiente para la prestación del servicio (Lerma Kirchner, 2010).

➤ **Persona.**

En el elemento personas se consideran las características o perfil y la capacitación de los seres humanos encargados de prestar el servicio para que éste se realice de manera eficiente. Los seres humanos a cargo de la prestación del servicio a quienes se debe reclutar, seleccionar, entrenar, pagar, motivar, dirigir, coordinar y evaluar (Lerma Kirchner, 2010).

➤ **Proceso.**

Es la forma como se presta el servicio con los elementos de calidad correspondientes (Lerma Kirchner, 2010).

➤ **Ambiente físico.**

El ambiente físico es considerado en la búsqueda del medio más adecuado para la prestación del servicio, es decir, para que este se realice con la calidad y la

eficiencia requeridas para conseguir la satisfacción del usuario (Lerma Kirchner, 2010).

2.1.3. Estudio de mercado.

Es un estudio de demanda, oferta y precios de un bien o servicio. El estudio de mercado requiere de análisis complejos y se constituye en la parte más crítica de la formulación de un proyecto, porque de su resultado depende el desarrollo de los demás capítulos de la formulación, es decir, ni el estudio técnico ni el estudio administrativo y el estudio financiero se realizarán a menos que éste muestre una demanda real o la posibilidad de venta del bien o servicio. El estudio de mercado es vital para cualquier proyecto, ya que a través de él se conoce el medio ambiente en el cual la empresa realizará sus actividades económicas (Meza Orozco, 2010).

El estudio de mercado es más que el análisis y determinación de la oferta y demanda o de los precios del proyecto. Muchos costos de operación pueden preverse simulando la situación futura y especificando las políticas y procedimientos que se utilizarán como estrategia comercial. El mismo análisis puede realizarse para explicar la política de distribución del producto final. La cantidad y calidad de los canales que se seleccionan afectarán el calendario de desembolsos del proyecto (Sapag Chain & Sapag Chain, Preparación y Evaluación de Proyectos, 2010).

2.1.3.1. Análisis de la oferta.

El término oferta se puede definir como el número de unidades de un determinado bien o servicio que los vendedores están dispuestos a vender a determinados precios. Obviamente, el comportamiento de los oferentes es distinto al de los compradores. Un alto precio les significa un incentivo para producir y vender más de ese bien. A mayor incremento en el precio, mayor será la cantidad ofrecida (Sapag Chain & Sapag Chain, Preparación y Evaluación de Proyectos, 2010).

El estudio de oferta tiene por objeto identificar la forma como se han atendido y como se atenderán en un futuro, las demandas o las necesidades de la comunidad. La oferta es también una variable que depende de otras, tales como: los costos y disponibilidad de los insumos, las restricciones determinadas por el gobierno, los desarrollos tecnológicos, las alteraciones del clima (especialmente en la oferta agrícola y agroindustrial), los precios de los bienes sustitutos y complementarios, la capacidad instalada de la competencia, entre otras (Miranda Miranda, 2010).

El propósito que se persigue mediante el análisis de la oferta es determinar o medir las cantidades y las condiciones en que una economía puede y quiere poner a disposición del mercado un bien o un servicio. La oferta, al igual que la demanda, está en función de una serie de factores, como son los precios en el mercado del producto, los apoyos gubernamentales a la producción entre otros (Baca Urbina, 2010).

2.1.3.2. Análisis de la demanda.

El análisis de la demanda constituye uno de los aspectos centrales del estudio de proyectos por la incidencia de ella en los resultados del negocio que se implementará con la aceptación del proyecto. De acuerdo con la teoría de la demanda del consumidor, la cantidad demandada de un producto o servicio depende del precio que se le asigne, del ingreso de los consumidores, del precio de los bienes sustitutos o complementarios y de las preferencias del consumidor (Sapag Chain & Sapag Chain, Preparación y Evaluación de Proyectos, 2010).

El principal propósito que se persigue con el análisis de la demanda es determinar y medir cuáles son las fuerzas que afectan los requerimientos del mercado respecto a un bien o servicio, así como establecer la posibilidad de participación del producto del proyecto en la satisfacción de dicha demanda (Baca Urbina, 2010).

2.1.3.3. Análisis de los precios.

El estudio de precios tiene que ver con las distintas modalidades que toma el pago de los bienes o servicios, sea a través de precios, tarifas o subsidios. El precio suele aparecer con algunas restricciones, como resultante del juego entre la oferta y la demanda; de ahí la importancia de medir la conducta de estas ante alteraciones en el comportamiento del nivel de los precios (Miranda Miranda, 2010).

Es la cantidad monetaria a la cual los productores están dispuestos a vender y los consumidores a comprar un bien o servicio, cuando la oferta y la demanda están en equilibrio (Baca Urbina, 2010).

2.1.3.4. Análisis de la comercialización.

El estudio de comercialización señala las formas específicas de procesos intermedios que han sido previstos para que el producto o servicio llegue al usuario final. El proceso de comercialización incluye: las formas de almacenamiento, los sistemas de transporte empleados, la presentación del producto o servicio, el crédito a los consumidores, la asistencia técnica a los usuarios, los mecanismos de promoción y publicidad (Miranda Miranda, 2010).

Es la actividad que permite al productor hacer llegar un bien o servicio al consumidor con los beneficios de tiempo y lugar, sin embargo, al enfrentar a la realidad, cuando la empresa ya está en marcha, surgen todos los problemas que la comercialización representa. A pesar de ser un aspecto poco favorecido en los clientes, la comercialización es parte vital en el funcionamiento de una empresa. Se puede producir el mejor artículo en su género y al mejor precio, pero si no se tienen los medios para hacer llegar el consumidor en forma eficiente, esa empresa irá a la quiebra (Baca Urbina, 2010).

2.1.4. Estudio técnico.

El estudio técnico tiene por objeto proveer información para cuantificar el monto de las inversiones y de los costos de operación pertinentes a esta área. Por lo general, se estima que deben aplicarse los procedimientos y tecnologías más modernos, la función de producción que optimice el empleo de los recursos disponibles en la producción del bien o servicio del proyecto, el requerimiento de equipos de fábrica para la operación y el monto de la inversión correspondiente, permitirá dimensionar las necesidades de espacio físico, estos mismos antecedentes hará posible cuantificar las necesidades de mano de obra por especialización y asignarles un nivel de remuneración (Sapag Chain & Sapag Chain, Preparación y Evaluación de Proyectos, 2010).

Con el estudio técnico se pretende verificar la posibilidad técnica de fabricación del producto, o producción del servicio, para lograr los objetivos del proyecto. El objetivo principal de este estudio es determinar si es posible lograr producir y vender el producto o servicio con la calidad, cantidad y costo requerido, el estudio técnico debe ir coordinado con el estudio de mercado, pues la producción se realiza para atender las ventas que se identifican en este último estudio (Meza Orozco, 2010).

2.1.4.1. Tamaño óptimo del proyecto.

Hace referencia a la capacidad de producción de bienes y servicios del proyecto, y consiste en determinar la dimensión de las instalaciones, así como la capacidad de la maquinaria y equipos requeridos para alcanzar un volumen producción óptimo (Meza Orozco, 2010).

El estudio del tamaño de un proyecto es fundamental para determinar el monto de las inversiones y el nivel de operación que, a su vez, permitirá cuantificar los costos de funcionamiento y los ingresos proyectados. Varios elementos se conjugan la definición del tamaño: la demanda esperada, la disponibilidad de los insumos, la localización del proyecto, el valor de los equipos, entre otros (Sapag Chain, Proyecto de Inversión Formulación y Evaluación, 2011).

2.1.4.2. Localización óptima del proyecto.

La localización que se elija para el proyecto puede ser determinante en su éxito o en su fracaso, por cuanto de ello depende en gran parte la aceptación o el rechazo tanto de los clientes por usarlo como del personal ejecutivo por trasladarse a una localidad que carece de incentivos para su grupo familiar (colegios, entretenimiento, entre otros), o los costos de acopio de la materia prima, entre muchos otros factores (Sapag Chain, Proyecto de Inversión Formulación y Evaluación, 2011).

El estudio de localización se orienta a analizar las diferentes variables que determinan el lugar donde finalmente se ubicará el proyecto, buscando en todo caso una mayor utilidad o una minimización de costos (Miranda Miranda, 2010).

2.1.4.3. Ingeniería del proyecto.

Un mismo producto puede producirse de muchas maneras diferentes, desde el extremo de un proceso manual hasta otro totalmente automatizado. Durante la etapa de perfil no se suele definir la tecnología óptima, sin embargo, durante la formulación debe considerarse este problema, de manera tal que la definición concreta del proyecto es su etapa de factibilidad se realice teniendo la certeza que la tecnología adoptada en los análisis previos de factibilidad sea la óptima (Meza Orozco, 2010).

El estudio de ingeniería está orientado a buscar una función de producción que optimice la utilización de los recursos disponibles en la elaboración de un bien o en la prestación de un servicio. La tecnología ofrece diferentes alternativas de utilización y combinación de factores productivos, que suponen también efectos sobre las inversiones, los costos e ingresos determinando efectos significativos en el proyecto (Miranda Miranda, 2010).

2.1.4.4. Marco Legal de la empresa y factores relevantes.

La actividad empresarial y los proyectos que de ella se derivan se encuentran incorporados a un determinado ordenamiento jurídico que regula el marco legal en el cual los agentes económicos se desenvolverán. Ningún proyecto, por muy rentable que sea, podrá llevarse a cabo si no se encuadra en el marco legal de referencia en el que se encuentra incorporadas las disposiciones particulares que establecen lo que legalmente está aceptado por la sociedad; es decir, lo se manda, prohíbe o permite a su respecto (Sapag Chain & Sapag Chain, Preparación y Evaluación de Proyectos, 2010).

Toda organización social posee un andamiaje jurídico que regula los derechos y deberes, en las relaciones entre sus diferentes miembros. Este contexto jurídico e institucional parte desde la Constitución, la ley, los derechos, las ordenanzas y los acuerdos, hasta los reglamentos y las resoluciones, y se expresa en forma prohibitiva o permisiva (Miranda Miranda, 2010).

2.1.5. Estudio organizacional.

Uno de los aspectos que menos se tienen en cuenta en el estudio de proyectos es aquel que se refiere a los factores propios de la actividad ejecutiva de su administración: organización, procedimiento administrativo y aspecto legal. Conocer esta estructura es fundamental para definir las necesidades de personal calificado para la gestión y, por lo tanto, estimar con mayor precisión los costos indirectos de la mano de obra ejecutiva (Sapag Chain & Sapag Chain, Preparación y Evaluación de Proyectos, 2010).

Este estudio tiene como propósito definir la forma de organización que requiere la unidad empresarial, con base en sus necesidades funcionales y presupuestales. Mediante este estudio se concreta todos los aspectos concernientes a la nómina de personal y a la remuneración prevista para cada uno de los cargos (Meza Orozco, 2010).

2.1.5.1. El equipo directivo y el organigrama.

El equipo humano que vamos a utilizar es de vital importancia en el plan de negocio, ya que es un aspecto en el que los potenciales inversores centran su atención (Muñiz González, 2010).

2.1.5.2. El organigrama.

El organigrama es un modelo abstracto y sistemático, que permite obtener una idea uniforme acerca de una organización. Si no se hace con toda fidelidad, distorsionará la visión general y el análisis particular, pudiendo provocar decisiones erróneas a quien lo utiliza como instrumento de consulta (Muñiz González, 2010).

2.1.6. Estudio financiero.

Corresponde a la última etapa de la formulación del proyecto y recoge y cuantifica toda la información proveniente de los estudios de mercado, estudio técnico y estudio organizacional.

La última etapa del análisis de viabilidad financiera de un proyecto es el estudio financiero. Los objetivos de esta etapa son ordenar y sistematizar la información de carácter monetario que proporcionaron las etapas anteriores, elaborar los cuadros analíticos y datos adicionales para la evaluación del proyecto y evaluar los antecedentes para determinar su rentabilidad (Sapag Chain & Sapag Chain, Preparación y Evaluación de Proyectos, 2010).

2.1.6.1. El plan de inversión.

En el Plan de Inversiones se genera la información necesaria para formular el presupuesto de Costos y Gastos. Como su nombre lo indica es la proyección que ejecuta una persona natural o jurídica que desea iniciar o expandir la operación de su negocio o empresa (Corporación Nacional Financiera, 2011).

2.1.6.1.1. Activo fijo.

Se definen como los bienes y derechos que posee una empresa y que utiliza de manera continua en el curso normal de sus operaciones; éstos tienen cierta permanencia o fijeza y fueron adquiridos con el propósito de usarlos y no venderlos, en caso de financiamiento con alguna institución financiera. Si el giro del negocio amerita se podrá realizar el cambio del activo con autorización previa de la institución (Corporación Nacional Financiera, 2011).

Están constituidos por aquellos activos tangibles adquiridos o construidos por el ente económico, o que se encuentren en proceso de construcción, y tienen como objetivo utilizarse en forma permanente para la producción de bienes y servicios, para arrendarlos o usarlos en la administración de la empresa (Meza Orozco, 2010).

Los principales bienes que forman el Activo Fijo son:

- ✓ Terrenos
- ✓ Edificios
- ✓ Maquinarias
- ✓ Vehículos
- ✓ Herramientas
- ✓ Equipo de oficina
- ✓ Muebles y Enseres

2.1.6.1.2. Activo diferido.

Son todos aquellos gastos pagados por anticipado. Asimismo, registrará los gastos per-operativos y aquellos en los que debe incurrir el cliente para que el proceso de crédito se concrete (Meza Orozco, 2010).

Son aquellas inversiones que se realizan sobre la compra de servicios o derechos que son necesarios para la puesta en marcha del proyecto. El valor de la inversión realizada en estos activos se recupera mediante el mecanismo de

la amortización. La depreciación y la amortización tienen la misma connotación financiera. La diferencia entre una y otra está en que la depreciación se aplica a los activos fijos mientras que la amortización se aplica a los activos diferidos (Meza Orozco, 2010).

2.1.6.1.3. Capital de trabajo.

Por capital de trabajo entenderemos que son los recursos, diferentes a la inversión fija y diferida, que un proyecto requiere para realizar sus operaciones sin contratiempo alguno. Dichos recursos están representados por el efectivo, las cuentas por cobrar y el inventario. Observando el balance general nos encontramos que las cuentas que acabamos de mencionar constituyen los activos corrientes; por lo tanto, podemos afirmar que desde un punto de vista gerencial y para efectos de evaluación financiera de proyectos, el capital de trabajo son los activos corrientes (Meza Orozco, 2010)

2.1.6.1.4. Flujo de caja.

El flujo de caja es la sistematización de la información sobre la inversión inicial, inversiones durante la etapa de operación, los ingresos y egresos operacionales y de producción, y el valor de rescate del proyecto. En efecto, el flujo de caja del proyectado. En efecto, el flujo de caja del proyecto no es otra cosa que el registro de los desembolsos en efectivo que se presentan antes de la puesta en marcha, y de los ingresos y egresos durante su operación (Meza Orozco, 2010).

Un flujo de caja se estructura en varias columnas que representan los momentos en que se generan los costos y beneficios de un proyecto. Cada momento refleja dos cosas: los movimientos de caja ocurridos durante un periodo, generalmente de un año, y los desembolsos que deben estar realizados para que los eventos del periodo siguiente puedan ocurrir (Sapag Chain, Proyecto de Inversión Formulación y Evaluación, 2011).

2.1.6.1.5. Análisis de rentabilidad.

La rentabilidad de un proyecto se puede medir de muchas formas distintas: en unidades monetarias, en porcentaje o en el tiempo que demora la recuperación de la inversión, entre otras (Sapag Chain, Proyecto de Inversión Formulación y Evaluación, 2011).

2.1.6.1.6. El estado de resultado (P y G).

Este estado financiero básico tiene como propósito calcular la utilidad o pérdida que produce una empresa o un proyecto de inversión durante un ciclo contable. Su característica principal es el registro tanto de los ingresos como de los egresos cuando se causan, sin que sea necesario que se produzca un desembolso de dinero para registrar el gasto y una entrada de efectivo para registrar un ingreso (Meza Orozco, 2010).

2.1.6.1.7. Análisis de costos

En este estudio se pretende analizar las decisiones fundamentales que tiene que hacer una empresa bajo condiciones de competencia perfecta, para lograr el objetivo de producir con la máxima eficacia económica posible, para lograr el nivel de producción de máxima eficacia económica y máxima ganancia (Izurita, 2008).

- **Costos fijos.**

Pertenece a la empresa y no al producto propiamente, lo que indica que la empresa debe asumirlos aun cuando la producción o las ventas sean cero (Meza Orozco, 2010).

- **Costos variables.**

Son aquellos costos que guardan una relación directa con las unidades producidas o vendidas. Son costos de actividad porque se acumulan como resultado de la producción, actividad o trabajo realizado. Los costos variables

aumentan o disminuyen directamente con los cambios en la producción. Por eso, si se duplican la producción, el costo variable se duplica, o si la producción disminuye en un 10 por ciento, el costo disminuye en un 10 por ciento (Meza Orozco, 2010).

- **Punto de equilibrio.**

El punto de equilibrio se define como aquel punto o nivel de ventas en el cual los ingresos totales son iguales a los costos totales y, por lo tanto, no se genera ni utilidad ni pérdida contable en la operación. Es un mecanismo para determinar el punto en que las ventas cubrirán exactamente los costos totales. El punto de equilibrio es también conocido como relación Costo-Volumen-Utilidad, y hace énfasis en los diferentes factores que afectan la utilidad (Meza Orozco, 2010).

2.1.6.1.8. Criterios de evaluación.

La evaluación del proyecto compara, mediante distintos instrumentos, si el flujo de caja proyectado permite al inversionista obtener la rentabilidad deseada, además de recuperar la inversión. Los métodos más comunes corresponden al valor actual neto, la tasa interna de retorno y el periodo de recuperación (Sapag Chain, Proyecto de Inversión Formulación y Evaluación, 2011).

2.1.6.1.8.1. Valor actual neto.

El valor actual neto (VAN), es el método más conocido, mejor y más generalmente aceptado por los evaluadores de proyectos. Mide el excedente resultante después de obtener la rentabilidad deseada o exigida y después de recuperar toda la inversión. Para ello, calcula el valor actual de todos los flujos futuros de caja, proyectados a partir del primer periodo de operación, y le resta la inversión total expresada en el monto 0 (Sapag Chain, Proyecto de Inversión Formulación y Evaluación, 2011).

2.1.6.1.8.2. Tasa interna de retorno.

“Un segundo criterio de evaluación lo constituye la tasa interna de retorno (TIR), que mide la rentabilidad como porcentaje” (Sapag Chain, Proyecto de Inversión Formulación y Evaluación, 2011).

2.1.6.1.8.3. Periodo de recuperación.

El periodo de recuperación de la inversión (PRI) es el tercer criterio más usado para evaluar un proyecto y tiene por objeto medir en cuánto tiempo se recupera la inversión, incluyendo el costo de capital involucrado (Sapag Chain, Proyecto de Inversión Formulación y Evaluación, 2011).

2.1.7. Estudio del impacto ambiental.

Un enfoque moderno de la gestión ambiental sugiere introducir en la evaluación de proyectos las normas ISO 14.000, las cuales consisten en una serie de procedimientos asociados a dar a los consumidores una mejora ambiental continua de los productos y servicios que proporcionara la inversión, asociada a los menores costos futuros de una eventual reparación de los daños causados sobre el medio ambiente, a diferencia de las normas ISO 9.000, que sólo consideran las normas y procedimientos que garanticen a los consumidores que los productos y servicios que provee el proyecto cumplen y seguirán cumpliendo con determinados requisitos de calidad (Sapag Chain & Sapag Chain, Preparación y Evaluación de Proyectos, 2010)

Los proyectos todos sin excepción afectan el medio ambiente. Movilizar recursos en la producción de bienes y servicios en beneficio de la sociedad, cuyo origen proviene de bienes agrícolas, hídricos, energéticos, pecuarios, minerales, tecnológicos, humanos, financieros entre otros, todos impactan el medio ambiente, ya que ellos son objeto de transformación para el consumo, y sus desechos regresan en diferentes estados al medio ambiente (Galindo Ruiz, 2011).

2.1.8. Experiencia de la creación de un centro terapéutico.

Para poner en marcha un centro de terapias alternativas debemos seguir unos pasos previos para conocer las posibilidades de éxito de nuestro negocio. Elaboraremos un análisis estratégico del negocio, tanto interno de la empresa, como externo, de otros centros del mismo sector, para comparar y poder establecer las perspectivas del negocio y el modelo que queremos para nuestro negocio (Sedanda Nathanael, 2013).

2.1.9. El biomagnetismo.

“El biomagnetismo es un notable sistema terapéutico que hace uso de potentes imanes para combatir virus y otros gérmenes que están en el trasfondo de muchas enfermedades graves” (Nuñez W, 2010).

Consiste en el reconocimiento de puntos de energía alterados en el organismo, que en su conjunto están dando origen una enfermedad o malestar de curso agudo o crónico. Este reconocimiento se efectúa mediante la utilización de imanes de mediana intensidad (mil a 20 mil gauss), que se aplican en diversas zonas del cuerpo, luego de efectuado un rastreo o escáner biomagnético (Goiz Duran, 2010).

“Esta Terapia ha demostrado que por la aplicación de imanes de una determinada fuerza, tamaño y polaridad, en la zona adecuada, se alcanza la armonía y la organización molecular, factores que sólo están presentes en el estado de salud” (Pérez Martínez, 2013).

El biomagnetismo es un sistema de curación natural mediante el uso de imanes, utilizando sus campos magnéticos en sus polaridades negativo y positivo sobre órganos dañados o enfermos, así como el manejo de la energía, armonizando de esta forma el organismo en su aspecto físico y emocional (Talavera, 2011).

Imagen 1: Terapia de biomagnetismo.



Fuente: (Luján, 2009).

2.1.9.1. Par biomagnético.

Par Biomagnético se define como el conjunto de cargas que identifican una patología y que está constituida por dos cargas de polaridad opuesta que se forma a expensas de la alteración fundamental del pH+ de los órganos que la soportan (Alarte, 2011).

Es una estructura magnética corporal compuesta por dos polos, uno positivo y otro negativo estos dos delimitan una región biomagnética específica y siempre en resonancia (Goiz Duran, 2010).

El par biomagnético, forma un campo de resonancia magnética, en sus polaridades, negativo y positivo que hace que se equilibre ese estado de baja en la salud. Ya que elimina o bloquea actividad microbiana, estimula órganos dañados, te sientes con más energía, en tu carga emocional te vas a sentir más ligero y liberado, por lo tanto el sueño será más placentero (Talavera, 2011).

El par biomagnético es un método de diagnóstico y tratamiento posible que consiste en equilibrar el pH (potencial de Hidrógeno) de los órganos internos, a través de la colocación de imanes sobre aquellos puntos que se reconocieron alterados durante un examen previo (Nuñez W, 2010).

Imagen 2: Pares biomagnéticos.



Fuente: (Raicich, 2014).

2.1.9.2. Clasificación de los pares biomagnéticos

1. Pares regulares.

“Soportan a microorganismos patógenos: virus, bacterias, hongos, parásitos” (Nuñez W, 2010).

“Que agrupan a las patologías comunes, soportada por una sola entidad microbiológica: virus, bacterias, hongos, parásitos” (Goiz Duran, 2010).

2. Pares especiales.

“Alteraciones en el organismo sin constatar la presencia de virus o bacterias” (Nuñez W, 2010).

“Disfunciones de órganos o sistemas sin la presencia de micro organismos patógenos” (Goiz Duran, 2010).

3. Pares disfuncionales.

“Específicamente de glándulas de secreción interna” (Goiz Duran, 2010).

“Incluyen las glándulas de secreción interna” (Nuñez W, 2010).

4. Pares complejos.

“Que definen lagunas patologías disfuncionales pero que abarcan otros sistemas o tejidos” (Goiz Duran, 2010).

“Como en de la verdadera Diabetes” (Nuñez W, 2010).

5. Pares reservorios.

“En donde pueden estar alojados microorganismos patógenos por tiempo indefinido” (Goiz Duran, 2010).

“Los que pueden albergar microorganismos indefinidamente, sin síntomas o manifestación” (Nuñez W, 2010).

6. Pares temporales.

“Que se forman por un trauma principalmente y que seden espontáneamente al curar al paciente” (Goiz Duran, 2010).

“Se generan y desaparecen naturalmente, cuando se presenta una fractura, lesión o extracción dental. Para eliminarlos se pone el polo negativo en donde estaba el diente y el positivo en el riñón del mismo lado” (Nuñez W, 2010).

7. Pares asociados.

“Que son infinitos en números, pero que definen las patologías crónicas degenerativas, sindromáticas, tumorales y en general, toda la patología que no se ajusta a un solo microorganismo patógeno. Según se den las asociaciones complican y agravan el caso” (Goiz Duran, 2010).

“Patologías de las cavidades potenciales, como la encefalitis o hidrocefalia que es la asociación de 2 virus. Estos se manifiestan por la asociación de varios microorganismos. Uno de estos la artritis” (Nuñez W, 2010).

8. Pares psicoemocionales.

“Son los que tienen relación e influjo con lo emocional, con factores endógenos o exógenos” (Goiz Duran, 2010).

9. Pares recíprocos.

“El par se establece en los dos sentidos: por ejemplo Timo-Recto y Recto-Timo. Están las dos polaridades en una y otro” (Goiz Duran, 2010).

10. Pares Enfermedades catastróficas.

“Debido a fenómenos físicos que llegan a ser catastróficos, que tienen una influencia en todo el ser” (Goiz Duran, 2010).

2.1.9.3. Los imanes.

“Los magnetos o imanes, llamados también imanes permanentes para diferenciarlos del electroimán que mantiene sus propiedades magnéticas solo cuando está conectado a la corriente, han demostrado ser altamente beneficiosos para ciertas dolencias, y ya desde tiempos inmemoriales han sido utilizados para aliviar la rigidez de los músculos y articulaciones, o mitigar los dolores corporales en forma inmediata” (Nuñez W, 2010).

Hasta hace poco no existían estudios científicos validados por otros expertos que confirmaran estas manifestaciones. Sin embargo, se están publicando los hallazgos de investigaciones actuales realizadas en diversos países, que apoyan las afirmaciones de los magneto terapeutas con respecto a la eficacia de los imanes en la curación de diversas dolencias (Newton & Couldwell, 2008).

2.1.9.3.1. Característica de los imanes.

“Veamos algunas de las características que presentan los imanes que se emplean en las terapias de biomagnetismo y magnetoterapia” (Nuñez W, 2010).

2.1.9.3.1.1. Normas de fabricación.

“Los imanes se fabrican de acuerdo con la Norma Internacional: Magnets Materials Producers Association (MMPA). Esta norma regula que se cumpla las intensidades de carga de acuerdo con el material que se ha fabricado el imán” (Nuñez W, 2010).

2.1.9.3.1.1.1. Imanes cerámicos.

Los imanes cerámicos son fabricados con óxido ferroso-férrico y un aditivo de óxido de estroncio. Según la curva de histéresis la carga máxima (Br) admitida por este material es de alrededor de 4.300 Gauss. La carga residual (intensidad efectiva de uso, BH) de estos imanes no sobrepasa los 1.500 Gauss. Por su baja intensidad no son los más efectivos para sanación. Se requiere mucho tiempo. Aunque en algunas aplicaciones son de mucho utilidad (cosmética, relajación, entre otras.) (Nuñez W, 2010).

“Son comunes los imanes cerámicos, hechos de neodimio y otros metales de tierras raras, capaces por lo tanto, de generar campos magnéticos potenciales” (Newton & Couldwell, 2008).

2.1.9.3.1.1.2. Imanes de neodimio.

Los imanes de Neodimio son fabricados con óxido ferroso-férrico más la adición de óxido de Neodimio (Nd) y Boro (B). Según la curva de histéresis la carga magnética máxima (Br) admitida por este material es de alrededor de 12.500 Gauss. La carga residual (intensidad efectiva de uso, BH) máxima de estos

imanes es de 5.000 Gauss. Son los más efectivos y los más peligrosos en su manejo (Nuñez W, 2010).

“Estos imanes, conocidos como imanes de neodimio son muy difíciles de desmagnetizar y mantienen su potencia durante décadas. Se hace a través de un proceso de aglomerado, que consiste en aplicar temperaturas y elevadas presiones a metales pulverizados” (Newton & Couldwell, 2008).

2.1.9.3.1.2. Polaridades de los imanes y sus efectos.

Después de muchas experimentaciones a través de los años, se ha llegado al consenso de que los dos polos de un imán (norte y sur o positivo y negativo) no actúan de la misma forma y tienen diversas acciones terapéuticas (Nuñez W, 2010).

“El polo norte, por ejemplo, tiene una acción de retardo, controla las infecciones bacterianas y puede neutralizar las células cancerosas” (Nuñez W, 2010).

“El polo sur, por su parte, irradia potencia, proporciona calor y fuerza a la zona afectada, reduce la inflamación y alivia el dolor corporal” (Nuñez W, 2010).

2.1.9.3.1.3. Intensidades.

- Se considera que las intensidades de los imanes para sanación pueden variar desde 1.000 hasta 5.000 Gauss de intensidad efectiva.
- Todo depende del punto de aplicación y del tipo de enfermedad.
- Por lo general, se recomienda imanes con intensidades sobre los 2.000 Gauss por ser más efectivos o porque se requiere menos tiempo de aplicación.
- Como dato a tener presente, la intensidad promedio del campo magnético terrestre es de 0,5 Gauss.
De 0,7 en los polos y de 0,3 en el Ecuador.
- Y la frecuencia es de 8 a 10 Hertz.

2.1.9.3.1.4. El Biomagnetismo médico o medicinal.

- Frecuentemente para esta terapia, se usan imanes redondos como monedas, forrados con cuero para facilitar su manipulación y con colores para marcar la polaridad de cada cara de imán” (Nuñez W, 2010).
- Se usa imanes de un determinado número de Gauss de intensidad, (que manejan los especialistas) para detectar las distorsiones del pH de los microorganismos patógenos (Nuñez W, 2010).

2.1.9.4. Reiki

“El Reiki es una técnica paramédica, cuyo origen se pierde en el tiempo, el Reiki se utiliza como complemento de la medicina alopática oficial y como terapia preventiva. Los resultados positivos obtenidos hacen que se desarrolle de forma vertiginosa” (Diez Pascual, 2010).

“El Reiki permite conscientemente tener nuestra energía personal en perfecto equilibrio con el universo, entrando en comunicación activa con ella, para recibirla, canalizarla, transmitirla y trayendo innumerables beneficios en todos los planos” (Campi, 2008).

2.1.9.4.1. La aplicación del Reiki.

Además de ser un tratamiento complementario de otros tratamientos médicos, el Reiki es también una medicina preventiva que nos mantiene en buena salud. El sistema inmunitario funciona mejor y, de esta manera, estamos menos expuestos a enfermarnos, nos encontramos más equilibrados y, en consecuencia, menos sujetos a disgustos y desengaños (Diez Pascual, 2010).

Imagen 3: Terapia de Reiki.



Fuente: (Analy, 2014).

2.1.9.4.1.1. Etapas de la aplicación Reiki.

“El mejor orden es establecer unas fases dentro de la sesión: (1) preparación, (2) tratamiento y (3) conclusión” (Campi, 2008).

1. La preparación consistirá en aquella práctica que el terapeuta realice antes de la llegada del receptor, o también ante este de un modo breve o resumido.
2. Es importante sabernos relajar y confiar en el flujo de la energía, pues lo que está sucediendo es en realidad un proceso más sutil todavía que la transferencia espacio temporal de energía.
3. La conclusión es poner el sello a la tarea, como hacemos con las cartas para que sean admitidas en correos y puedan ser enviadas efectivamente. Esto es consagrar el poder generado durante la sesión a determinado fin, junto con el bien generado de los seres y el despertar espiritual de todos ellos.

2.1.9.5. Reflexología.

La reflexología es una disciplina orientada al estudio del organismo, a fin de conocer las zonas del cuerpo que producen efectos reflejos. Pero, además, se ocupad de la estimulación de estos puntos en diversas áreas del cuerpo, a fin de producir la prevención, el alivio y hasta la curación de diversos trastornos y enfermedades, tanto físicas como psíquicas (Bosch, 2010).

Imagen 4: Terapia de reflexología.



Fuente: (Gonzalez, 2014).

2.1.9.5.1. Clasificación de la reflexología.

La Reflexología moderna ha sido clasificada dependiendo del sitio en donde se estudien o traten las zonas microreflejas. Dicho esto podemos ver la siguiente clasificación (Mitsuya, 2008):

- **Iridología.**

“Este método es útil solo para fines diagnósticos; ya que al iris del ojo no tenemos acceso como para producir estimulación alguna desde ese sitio” (Mitsuya, 2008).

“Se utiliza esta técnica exclusivamente en el diagnóstico de enfermedades, ya que esta zona no permite ningún trabajo a través del masaje o similar” (Bosch, 2010).

- **Reflexología de los pies.**

“Son las zonas micro reflejas de todos los órganos del cuerpo, localizadas en el área de los pies. Este es el método más frecuentemente utilizado y el más popular de la Reflexología” (Miranda Miranda, 2010).

“Las zonas de los pies constituye los sectores de mayor irradiación de puntos reflejos. Por esta razón, la mayoría de los reflexólogos las utilizan para realizar la aplicación de los masajes preventivos y curativos” (Bosch, 2010).

- **Reflexología de las manos.**

“En estas se encuentran gran cantidad de zonas reflejas” (Bosch, 2010).

- **Reflexología auricular.**

“Es la teoría de la Reflexología aplicada al pabellón de las orejas” (Mitsuya, 2008).

“Muy utilizada en la práctica de la acupuntura, en la reflexología se aprovechan los puntos reflejos ubicados en el pabellón de las orejas para acentuar la estimulación en la prevención o curación de enfermedades” (Bosch, 2010).

- **Reflexología del abdomen.**

“Si bien en Occidente no es muy utilizada, en Oriente, sobre todo en Japón y Corea, se ha convertido en una técnica de estimulación popular” (Bosch, 2010).

“Este sistema es muy popular en Japón y Corea y está basado en el mismo principio de todas las anteriores” (Mitsuya, 2008).

- **Reflexología facial.**

“Al igual que en el área de la cabellera, en la cara también se han descubierto una gran cantidad de zonas microreflejas de un número igual de órganos, glándulas y estructuras corporales” (Mitsuya, 2008).

“En el rostro, se encuentran ubicados gran cantidad de puntos reflejos pertenecientes a órganos, glándulas y estructuras corporales” (Bosch, 2010).

- **Reflexología de los dedos y uñas.**

“Este es un método utilizado en un tipo de medicina oriental llamada Su Jok en el que se utilizan imanes o vegetales aplicados en áreas específicas para conseguir estimulación en zonas microreflejas localizadas en dedos y uñas” (Mitsuya, 2008).

“Es un tipo de medicina oriental denominada “Su Jok”. Para la aplicación de esta técnica, se utilizan imanes o vegetales aplicados en áreas específicas para conseguir estimulación” (Bosch, 2010).

- **Reflexología del cuero cabelludo.**

“Numerosa cantidad de zonas reflejas de órganos y estructuras corporales se asientan en esta zona de la cabeza” (Bosch, 2010).

“En la zona donde normalmente todo ser humano tiene cabello, en la cabeza, existen un gran número de zonas microreflejas de órganos y estructuras corporales internas” (Mitsuya, 2008).

2.1.9.5.2. Pasos iniciales en el tratamiento.

Lo primero que debe tenerse en cuenta al iniciar un tratamiento reflexológico, así como en cualquier tratamiento de una terapia alternativa, es observar y medir las condiciones ambientales y del entorno, a fin de lograr un equilibrio energético que permita llegar a una adecuada estimulación. Para ello se encontraron los siguientes aspectos: (Bosch, 2010).

- ✓ La sensación corporal debe ser agradable.
- ✓ La temperatura corporal debe ser agradable.
- ✓ El ambiente en el que se aplique el masaje debe ser limpio y ordenado.
- ✓ Los colores que ambienten el lugar deben ser claros y cálidos.
- ✓ Los aromas deben ser frescos, dulces, agradables.
- ✓ Resulta muy beneficioso, además, ambientar el lugar con una música suave.

2.1.9.5.3. Reflexología podal.

Los masajes podales reconducen la energía vital por los canales naturales del cuerpo para destrabar los nudos de energía y desbloquear la congestión emocional, que es la manifestación física de líneas de pensamiento dañino (Storner, 2009).

2.1.9.5.3.1. Puntos reflejos en los pies.

Para comenzar a comprender cómo se sitúan y distribuyen los puntos reflejos en los pies, es necesario saber que la ubicación de estos puntos en los pies guarda una relación proporcional con la anatomía. Esto significa que el mapa correspondiente a los pies se encuentra conformado por una vista de los dos pies juntos (Bosch, 2010).

2.1.9.5.3.2. Técnicas básicas de tratamiento.

“Entre las técnicas básicas para realizar el masaje reflexológico podemos citar las técnicas de sostén, de presión y de relajación” (Marchelli, 2010).

- **Técnica de sostén.**

“Sostener firmemente pero sin tensión dejando que el pie o la mano tomen una posición natural y relajada” (Marchelli, 2010).

- **Técnica de presión.**

“Como regla general, en estas técnicas se utilizará el pulgar; pero, en caso de ser necesario, también se puede trabajar con los demás dedos, con los nudillos o con la palma de la mano” (Marchelli, 2010).

- **Técnica de relajación.**

“A través de estas técnicas se liberan tensiones musculares. Se utilizan antes, durante y para terminar la sesión de pies y manos” (Marchelli, 2010).

Imagen 5: Mapa de reflexología podal.



Fuente: (Mitsuya, 2008).

2.1.9.5.4. Reflexología palmar.

En las manos sucede de forma similar a los pies, gran parte de nuestro cuerpo está reflejado. La reflexología palmar, menos conocida que la podal, consiste en realizar presión sobre estos puntos reflejados con el fin de ayudar a paliar desajustes de nuestro organismo (Mitsuya, 2008).

2.1.9.5.4.1. Las técnicas a aplicar.

“Las técnicas que se aplican en la Reflexología Palmar son idénticas a las que se aplican a la Reflexología Podal” (Mitsuya, 2008):

- **Presión directa.**

Es la presión realizada con 90° del pulgar en una zona concreta.

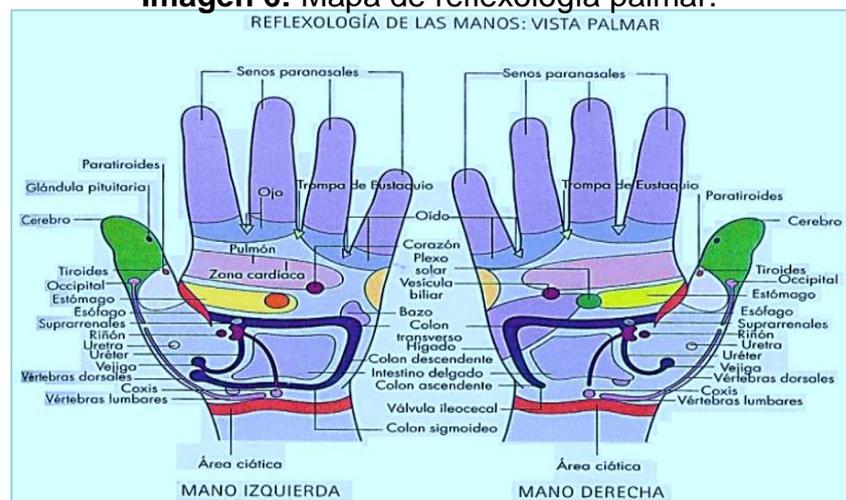
- **Presión circular.**

Sedan: Se presiona con el pulgar, siendo la presión siempre soportable por la paciente.

- **Presión circular estimulante.**

Es semejante a la presión circular sedante, con la diferencia de comenzar a presionar desde la periferia avanzando hacia el punto central (igual al sentido de las agujas del reloj).

Imagen 6: Mapa de reflexología palmar.



Fuente: (Belmonte, 2014).

2.1.9.6. Flores de Bach.

La Terapia del Dr. Bach es un método suave y natural para tratar las emociones y los estados de ánimo negativos temporales, trabajando extensamente en el crecimiento personal del individuo (Schmidt, 2011).

La curación con las flores se ha desarrollado por más de medio siglo gracias al Dr. Bach. Resulta pues uno de los descubrimientos más asombrosos de la

medicina alternativa de hoy en día. Se trata de una relación de los estados somáticos con los estados psicológicos (Equipo Editorial NOSTICA, 2012).

2.1.9.6.1. El poder de las esencias florales.

Cuando tomamos esencias florales, las vibraciones de las flores entran en nuestro campo energético inundando de color los diferentes cuerpos de luz. Con ello es posible desbloquear, aflorar y elaborar hechos, emociones y procesos vividos. Las esencias nos conectan con lo mejor de nosotros a nivel físico, emocional, mental y espiritual (Espinoza Woters, 2011).

Imagen 7: Muestras de flores de Bach.



Fuente: (Soto Valencia, 2013).

2.1.9.6.2. Como actúan las flores de Bach.

“El procedimiento se fundamente en el uso de treinta y ocho remedios que proceden de las flores y que incurren sobre el aura energética más tenue del hombre” (Equipo Editorial NOSTICA, 2012).

2.1.9.6.3. Las enfermedades metafísicas.

“El sabio alquimista Hermes Trismegisto, es tres veces grande, nos habla del principio de la vibración y del ritmo. Todo vibra, desde un guijarro, una piedra, una estrella, todo es vibración. Si esta actúa vibrando más bajo de lo que debería

va a traer desestabilización primero en la psiquis y luego en los diferentes cuerpos, tanto mental como emocional, vital y físico, afectando así la totalidad del ser” (Espinoza Woters, 2011).

“Las enfermedades metafísicas no son precisamente del cuerpo, pero pueden reflejarse en él, hay diferentes tipos” (Espinoza Woters, 2011):

- **Figuras áuricas:** Son roturas en el cuerpo energético, provocadas por experiencias traumáticas de todo orden. Shocks, operaciones, accidentes entre otras que rompen el huevo áurico dejando escapar la energía, lo que produce desvitalizaciones, cansancio y desgano hasta llegar a la enfermedad (Espinoza Woters, 2011).
- **Obsesiones:** Son pensamientos que se repiten una y otra vez, verdaderos bloques que no hacen la vida imposible. La persona se siente atrapada por ideas que la atormentan, deformando la realidad (Espinoza Woters, 2011).
- **Pensamientos dirigidos:** Es la emisión de un pensamiento sobre una persona o un hecho, con una fuerza de intención tal que son como una flecha dirigida especialmente a su presa, y que pueden producir beneficios o problemas en la vida de un ser (Espinoza Woters, 2011).
- **Pensamientos forma:** Son una energía que tiene forma y color, constituido de materia etérica. Cada vez que emitimos un pensamiento se crea una figura en nuestra mente hecha de éter, esta forma mental tiene vida autónoma y vivirá en tanto no le quitemos la fuerza que le da nuestra atención (Espinoza Woters, 2011).
- **Cordones invisibles:** Son vínculos invisibles que vemos generando con otras personas. Son como cables eléctricos a través de los cuales la energía pasa de ida y vuelta, cuyo poder depende de la profundidad e intensidad de la conexión (Espinoza Woters, 2011).

- **Afirmaciones:** Son frases determinadas con las cuales afirmo una idea y que no pueden contener palabras negativas. Es una frase con un intención que repetida varias veces en el día acelera mi sanación, y que al mismo tiempo educa y reordena el cerebro para que comience a modificar esas estructuras y disociaciones que se producen en todos los cuerpos (Espinoza Woters, 2011).
- **Mandatos:** Son órdenes que se repiten una y otra vez, y se graban con letras de fuego como si fuera algo incuestionable. Generalmente se convierte en patrones de comportamiento heredados generación en generación, afectando nuestra calidad de vida (Espinoza Woters, 2011).
- **Creencias:** Tienen que ver con aquello que creo que es verdad y lo pongo en práctica una y otra vez. Pueden desintegrarse en un segundo mediante la observación consciente (Espinoza Woters, 2011).
- **Resistencias:** Tienen que ver con un bloque frente a una situación que no acepto. En la medida en que más me resisto a que sucedan las cosas, más fuerza le doy a ese concepto o idea, lo que hace que finalmente ocurra (Espinoza Woters, 2011).

2.1.9.6.4. ¿Quién puede decidir que flores requiere?

“Para que la terapia de Bach sea exitosa, es aconsejable que se posea la ayuda de un médico” (Equipo Editorial NOSTICA, 2012).

El Terapeuta Floral debe conocer las esencias florales a nivel teórico y vivencial. Es decir, además de tener una formación rigurosa en sí mismo durante un tiempo considerable y, a ser posible, haber realizado como cliente un proceso de Terapia Floral con un profesional (Orozco & Hernández Rosety, 2013).

2.1.9.6.5. Frecuencia de visitas.

“Recomiendo que, sobre todo, las primeras sesiones, no estén distanciadas más allá de esos días, para así poder entra en materia y consolidar un vínculo de confianza que nos permita trabajar. Independientemente de que el cliente aún tenga esencias” (Orozco & Hernández Rosety, 2013).

2.1.9.6.6. Elaboración de una botella de infusión.

“Es la forma más usual de uso. Esta forma es la que corrientemente nos suministra el terapeuta floral” (Equipo Editorial NOSTICA, 2012) :

Pasos a seguir:

- 1.** Colmar una botella gotera de vidrio color azabache de 30 ml hasta llenarla de agua de manantial u otro tipo de agua fresca mineral (sin gas y no destilada) (Equipo Editorial NOSTICA, 2012).
- 2.** Añadir una ínfima cantidad de aguardiente (1/8 a 1/4 del frasco) como conservante. Puede añadirse más aguardiente si la botella del diluido está destinada a durar varios meses o a soportar exposición a calenturas altas (Equipo Editorial NOSTICA, 2012).
- 3.** A la combinación de agua y aguardiente, agregar de 2 a 4 gotitas del frasco de concentrado de cada una de las esencias florales elegidas para la composición (Equipo Editorial NOSTICA, 2012).
- 4.** Colocar 4 gotitas bajo la lengua o en un poquito de agua. Este diluido habitualmente se gradúa en 4 tomas habituales de 4 gotas cada una. Una botellita de diluido de 30 ml dura alrededor de 3 semanas a 1 mes (Equipo Editorial NOSTICA, 2012).

5. Si se desea mitigar el gusto del aguardiente conservante, el contenido del frasco de diluido puede dirigirse a un nivel mayor de infusión. Para ello, se ponen 4 gotitas en media copa de agua (Equipo Editorial NOSTICA, 2012).

Imagen 8: Elaboración de una botella de infusión.



Fuente: (Soto Valencia, 2013).

2.1.9.7. Masaje terapéutico.

El masaje es un método de curación ancestral, cuyos valores y utilidades terapéuticas están “en nuestras mano” en todo el sentido de la palabra: las manos que tocan se convierten en instrumentos curativos, que pueden influir de modo muy positivo sobre nosotros a todos los niveles (Schutt, 2008).

“El masaje terapéutico es un arte científico, un sistema de valoración y de aplicación de deslizamientos fricciones, vibraciones, percusiones, amasamientos, estiramientos, compresiones o movimientos articulares pasivos o activos dentro de la amplitud del movimiento fisiológico normal de las personas” (Fritz, 2008).

Imagen 9: Terapia de masajes terapéuticos.



Fuente: (Cantó, 2010).

2.1.9.7.1. La función del masajista terapéutico.

Al aplicar esta terapia, además de desempeñar el papel tradicional de ofrecer un tratamiento práctico y directo de los síntomas, los terapeutas se convertirán en entrenadores del autotratamiento, ayudando a sus pacientes a tratar su propio dolor siempre que sea posible (Davies & Davies, 2009).

2.1.9.7.2. Implementos dentro de un masaje terapéutico.

Cuando realizamos un masaje, necesitamos un agente lubricante que nos permita deslizar las manos y, además, que tenga una serie de propiedades adecuadas al masaje que realicemos. Podemos utilizar productos muy distintos como: cremas, aceites portadores y esenciales. Un producto bien elegido es aquel que nos permitirá deslizar las manos lo necesario para poder manipular la piel y los músculos, sin sequedad ni exceso de grasa (Ciscar Blasco & González Pietro, 2010).

2.1.9.7.3. Antes y después del masaje.

“Realizar una sesión de masaje requiere la preparación previa de la sala, del ambiente, del masajista y del masajeado” (Ciscar Blasco & González Pietro, 2010).

En relación con el terapeuta, deberá tener presente (Ciscar Blasco & González Pietro, 2010):

- ✓ Un buen estado físico y psíquico.
- ✓ Un cuidado especial de su higiene personal, ya que su piel estará en contacto directo con la piel del masajeado.
- ✓ Las uñas deben estar recortadas y limpias.
- ✓ Debe limpiarse el sudor de las manos.

- ✓ El terapeuta debe hacer previamente gimnasia de manos y dedos para preparar sus manos y los músculos que luego ejecutarán las maniobras del masaje.
- ✓ La altura de la camilla debe ser ajustada antes de la sesión para mantener una buena postura del terapeuta en todo momento.
- ✓ Todos los productos lubricantes, toallas, cojines, mantas y demás utensilios deben quedar cercanos al terapeuta para, en caso de ser necesarios, hacer uso de ellos tener que hacer interrupciones.

El receptor del masaje (Ciscar Blasco & González Pietro, 2010):

- ✓ Debe tener limpia la piel. Si tuviera alguna infección, herida o cicatriz, debe taparla previamente.
- ✓ En la medida de lo posible, se recomienda cortar el vello de zonas muy pilosas para que las maniobras del masaje se realicen con soltura y de forma correcta.
- ✓ Debe tener poca ropa y, la que lleve, que se flexible, cómoda y que ejerza poca presión.
- ✓ Debe tener predisposición para relajarse y para “olvidarse”, el tiempo que dure la sesión, de los problemas emocionales, trabajo o actividades pasadas o futuras.
- ✓ Debe tener ganas de relajarse y debe llevar una respiración suave que lo permita.

2.1.9.8. Baños de cajón.

Según mi Doctrina Térmica, el único baño caliente recomendable es el de vapor, pues las desventajas de toda aplicación caliente están compensadas por el efecto purificador del vapor, cuyos beneficios son enormes en casos de intoxicación crónica de sifilíticos, diabéticos y artríticos (Lezaeta Acharan, 2008).

Los baños de vapor son un medio eficaz para combatir la fatiga después de un duro trabajo combatir la fatiga después de un duro trabajo intelectual y físico,

para mejorar el estado físico y el humor para aumentar la capacidad de trabajo y para curar las enfermedades, en particular los resfriados (Andreewiez Biriukov, 2010).

2.1.9.8.1. Pasos para realizar un baño de cajón.

“El padre Tadeo comprobó la eficacia del baño de vapor para la conservación o recuperación de la salud, pero supo que sus buenos efectos se producen cuando va unido al baño de agua fría. Recomendó el cajón de vapor” (Lezaeta Pérez, 2010).

✓ Primero se toma un vapor completo de veinte minutos y en seguida frotación fría de todo el cuerpo. A continuación otro vapor de 10 minutos, con otra frotación de agua fría. Finalmente, un tercer vapor de 10 minutos y frotación fría, esta vez mojando un poco la cabeza (Lezaeta Pérez, 2010).

✓ Antes de salir al aire libre conviene secar bien las manos y la cabeza. Nunca tomar este baño con el estómago lleno sino en ayunas (Lezaeta Pérez, 2010).

✓ El agua que se usa para el vapor se mezcla con algo de limpia-plata, flores de heno u otras plantas aromáticas y medicinales que ayuden a purificar la sangre y resolver los abscesos y tumores (Lezaeta Pérez, 2010).

✓ Para evitar los desmayos, se debe evitar que el vapor vaya a la cabeza y especialmente a la nariz; esto se hace colocando un paño alrededor del cuello en la abertura del cajón (Lezaeta Pérez, 2010).

✓ Conviene advertir que el cuerpo debe descansar sobre el suelo, ya sea tierra desnuda o pavimentada, previamente cubierta con mantas para mayor comodidad. Es necesario que el calor sea uniforme, atacando al cuerpo desde la atmosfera lo mismo que desde el suelo, es un error emplear sillas u otros artefacto (Lezaeta Acharan, 2008).

Imagen 10: Baños de cajón



Fuente: (Sánchez, 2012)

2.2. Fundamentación conceptual

2.2.1. ¿Qué es un plan de negocio?

Es necesario contar con instrumentos y metodologías que permitan a los nuevos emprendedores, empresarios o responsables de promover nuevas iniciativas de inversión o negocios, tener un pronóstico lo más acertado posible sobre la viabilidad y rentabilidad de un nuevo proyecto, la herramienta más adecuada es el plan de negocio (Muñiz González, 2010).

2.2.2. Estudio de mercado.

El estudio de mercado permite estudiar algunas variables sociales y económicas que condicionan el proyecto aun siendo aparentemente ajenas a este. En consecuencia, se trata de la recopilación y análisis de antecedentes que permita determinar la conveniencia o no de ofrecer un bien o servicio para atender una necesidad, ya sea que esta se manifieste a través de la disposición de la comunidad a cubrir los precios o tarifas, o que se detecte a través de presiones sociales ejercidas por la comunidad (Miranda Miranda, 2010).

Con el nombre de estudio de mercado se denomina a la primera parte de la investigación formal del estudio. Consta de la determinación y cuantificación de

la demanda y la oferta, el análisis de los precios y el estudio de la comercialización (Baca Urbina, 2010).

2.2.3. Estudio técnico.

El estudio técnico puede subdividirse a su vez en cuatro partes, que son: determinación del tamaño óptimo de la planta, determinación de la localización óptima de la planta, ingeniería del proyecto y análisis organizativo, administrativo y legal (Baca Urbina, 2010).

Uno de los aspectos que mayor atención requiere por parte de los analistas, es el estudio técnico que supone: la determinación del tamaño más conveniente, la identificación de la localización final apropiada y, obviamente, la selección del modelo tecnológico y administrativo idóneo que sean consecuentes con el comportamiento del mercado y las restricciones de orden financiero (Miranda Miranda, 2010).

2.2.4. Estudio organizacional.

Cada una de las etapas del “proyecto” amerita alguna reflexión en torno a la forma en que se organizarán las diferentes actividades a desarrollar. “La organización” ya sea para la etapa de instalación como para la fase de operación, corresponde a una estructura que garantice el logro de los objetivos y metas, en armonía con la naturaleza, el tamaño y complejidad de las necesidades y disponibilidades de recursos humanos, materiales, informáticos y financieros (Miranda Miranda, 2010).

El objetivo principal de la administración es el estudio de la organización. Por ello es necesario que las personas que son el eje fundamental de las organizaciones, interactúen en el mejor ambiente con el fin de lograr los objetivos propuestos. Cada integrante ocupa un rol específico, que le permite desempeñar una serie de actividades, funciones y tareas, para cumplir con su trabajo, ocupando un cargo y una posición en el organigrama (Galindo Ruiz, 2011).

2.2.5. Estudio financiero.

Como resultado de la identificación y los estudios previos (mercado, técnico, jurídicos, institucional, entre otros), proponemos un “modelo financiero”, que partiendo de un formato de entrada de datos básicos y específicos de cada proyecto, nos conduce a consolidar “flujos netos de caja” que permiten analizar la conveniencia o inconveniencia de una propuesta, ya sea desde el punto de vista privado o desde la órbita económica o social (Miranda Miranda, 2010).

Es aquella que toma en consideración la manera como se obtiene y pagan los recursos financieros utilizados en el proyecto, sin considerar el modo como se distribuyen las utilidades que ha generado el mismo. Los costos, gastos y utilidades constituyen el flujo financiero; y su valor residual es igual al valor residual de la evaluación económica (Galindo Ruiz, 2011).

2.2.6. Estudio del impacto ambiental.

Se trata de tener en cuenta en forma explícita los efectos que sobre el medio ambiente genere cualquier clase de proyecto. Se busca entonces prever, mitigar o controlar esos efectos nocivos que afectan las condiciones de vida de la población presente y futura, al depredar los llamados bienes ambientales (Miranda Miranda, 2010).

2.2.7. Biomagnetismo.

“Esta terapia entiende que nuestro cuerpo se encuentra sano y en equilibrio cuando la energía fluye por él con normalidad. La enfermedad aparece cuando determinados puntos se ven alterados” (Ferrero Vilariño, 2012).

Una vez realizado el diagnóstico y un estudio para identificar los puntos de nuestro cuerpo que sufren la distorsión, la terapia en sí consiste en la aplicación de imanes en puntos específicos del cuerpo para reequilibrarlo. Al modificar nuestro campo energético se modifica también nuestro pH. El biomagnetismo

tratará de restablecer el pH alcalino del organismo, en el cual las células tumorales no sobreviven, y así desaparece la enfermedad (Ferrero Vilariño, 2012).

2.2.8. Ley de gauss.

La primera ecuación de Maxwell se conoce asimismo como ley de Gauss, por el físico del siglo XIX Carl Friedrich Gauss. La segunda ley establece que estas líneas del campo magnético siempre son bucles cerrados, que se desplazan del polo norte a polo sur. En otras palabras, todas las líneas del campo magnético han de empezar y terminar en algún sitio, y todos los imanes han de tener un polo norte y un polo sur (Baker J. , 2013).

Esta ley expresa la inexistencia de cargas magnéticas o, como se conocen habitualmente, monopolos magnéticos (Silva, 2012).

Las distribuciones de fuentes magnéticas son siempre neutras en el sentido de que posee un polo norte y un polo sur, por lo que su flujo a través de cualquier superficie cerrada es nulo (Silva, 2012).

2.2.9. El pH.

El pH es la abreviatura del término latino potentia hydrogenii o potencial de hidrógeno, y el cual se utiliza como medida para conocer el nivel ácido o alcalino de cualquier elemento que contenga agua. Para llegar a él se requiere de instrumentos medidores que dan un valor entre 0 y 14, de manera que se llama ácidos a los valores entre 0 y 7 (que es el punto medio o neutro), y de éste a 14 se llamará alcalino (Reyna, 2014).

Unidad de medida de la acidez o alcalinidad de una solución acuosa. Se define como el antilogaritmo de la concentración de los hidrogeniones en soluciones acuosas. La escala del pH va de 0 (ácidos fuertes) a 14 (álcalis fuerte); el pH 7 equivale a neutro. La escala del pH fue introducida por el químico Sørensen para

establecer con facilidad el carácter ácido, neutro o base de una solución (Giannini & Roani, 2008).

2.2.10. Ión.

Un ión es un átomo o un grupo de átomos que tiene una carga neta positiva o negativa. El nombre ión proviene de la palabra griega ion que significa “que va”, debido a que las partículas cargadas van hacia un electrodo cargado o se alejan de este (Orozco D. , 2011).

2.2.10.1. Óxido ferroso-férrico.

“El óxido férrico es la forma que normalmente se produce en el hierro y en el acero, mientras que el ferroso tiende a producirse en estos mismos materiales en medio acuosos. Ambos son productos de corrosión” (Pancorbo, 2011).

2.2.10.2. Óxido de estroncio.

Ha sido objeto de estudio recientemente como fundente, más energético que el calcio, pero menos que el plomo, por tanto, la fluidez del vidrio sería intermedia, así como el coeficiente de dilatación. La sustitución de algunos óxidos básicos por el de estroncio, por su mayor fluidez, da superficies más suaves, sobre todo cuando se opacifica con circonio (Morales Gueto, 2008).

2.2.10.3. Curva de histéresis.

Para el estudio y medida de las propiedades y magnitudes magnéticas, se inicia el proceso de imanación con material desimanado y corriente cero. Se va aumentando la corriente de excitación y se obtiene la primera curva hasta llegar a la saturación del material (Santamaría Herranz & Castejon Oliva, 2009).

El efecto de saturación se puede observar más claramente en la curva de magnetización (también llamada curva BH o curva de histéresis) de una sustancia, en concreto en la región superior derecha de la curva. Mientras que

el campo H se incrementa, el campo B se aproxima a un valor máximo de manera asintótica. Este valor al cual tiende asintóticamente el campo B es el nivel de saturación de esa sustancia (Fernandez Avila, 2012).

2.2.11. El aura.

El aura deriva de la presión que se ejerce sobre la forma en todas sus expresiones y en los diferentes planos de la sustancia, desde el positivo o espiritual al negativo o material. Con nuestra aura caminamos, dormidos, y es ella que nos sustenta. Posee dos polos, un polo norte, que prácticamente coincide con el extremo superior del cráneo (coronilla), a través del cual penetra la fuerza vital en grandes cantidades, llamado vórtice del huevo áurico. El otro polo, el sur, comienza en el aura a la altura del hueso sacro, en la base de la columna vertebral, y se extiende hacia abajo hasta la planta de los pies (Baker D. , 2013).

2.3. Fundamentación legal.

2.3.1. Constitución y registro de compañías vía electrónica proceso simplificado.

La Superintendencia de Compañías y Valores facilitara en su portal web institucional, una opción mediante la cual los usuarios se registren y generen una clave personal de acceso, a fin de ingresar al Sistema Informático y realizar el proceso simplificado de constitución y registro por vía electrónica (Boletín Jurídico de la Cámara de Comercio de Quito, 2014).

Sujetos que intervienen en el proceso:

1. Usuario Solicitante.
2. Superintendencia de Compañías y Valores.
3. Notarios.
4. Registradores Mercantiles.
5. Servicio de Rentas Internas.

2.3.1.1. Proceso.

Usuario solicitante (Boletín Jurídico de la Cámara de Comercio de Quito, 2014).

1. Ingresa al sistema (SCED), con su nombre de usuario y contraseña.
2. Selecciona la reserva de denominación aprobada, para la compañía a constituir.
3. Llena formulario "Solicitud de Constitución de Compañía" en el sistema.
4. Adjunta documentos habilitantes desmaterializados.
5. Selecciona la Notaría de su preferencia del listado de notarías activas.

El sistema consulta a la tabla de aranceles del Sistema Nacional de Registro Mercantil (SNRM) y del Consejo de la Judicatura y muestra los valores a pagar por servicios notariales y registrales; así como, los términos y condiciones del proceso por vía electrónica (Boletín Jurídico de la Cámara de Comercio de Quito, 2014).

6. Si no está de acuerdo con los términos y condiciones, finaliza trámite.
7. Si está de acuerdo con los términos y condiciones, inicia el trámite.

Superintendencia de compañías y valores - sistema (SCED) (Boletín Jurídico de la Cámara de Comercio de Quito, 2014).

1. Asigna un número de trámite.
2. Genera la proforma única en la que constarán los valores por los servicios registrales.
3. Notifica mediante correo electrónico al Usuario solicitante, la información de la Notaria seleccionada, los valores que debe pagar por servicios notariales y registrales, el número de trámite generado y la institución bancaria donde debe realizar el pago.
4. Una vez que la institución bancaria realiza la consulta de los valores en línea, remite la información de los valores por cobrar al banco.

Usuario solicitante.

1. Realiza el pago por los servicios notariales y registrales. El pago se puede efectuar por cualquiera de las formas establecidas en el convenio de recaudación suscrito para el efecto (Boletín Jurídico de la Cámara de Comercio de Quito, 2014).

Superintendencia de compañías y valores (Boletín Jurídico de la Cámara de Comercio de Quito, 2014).

1. Verifica que el pago se haya realizado.
2. Si el pago se realizó, notifica mediante correo electrónico al Notario y con un llamado del servicio web al Registro Mercantil, comunicando que el pago fue realizado.

Notario (Boletín Jurídico de la Cámara de Comercio de Quito, 2014).

1. Ingresa al sistema (SCED).
2. Revisa que la información ingresada por el Usuario solicitante, coincida con los documentos habilitantes adjuntos.
3. Si existen observaciones, registra las observaciones en el sistema y devuelve el trámite al Usuario solicitante para que finalice con el trámite o corrija las observaciones y remita el trámite al Notario.
4. Asigna fecha y hora de cita para firmar escritura y nombramientos, y el sistema notifica mediante correo electrónico al Usuario, para que acuda personalmente a firmar los documentos correspondientes.

Mientras tanto, el Banco remitirá en línea la información de las recaudaciones realizadas (Boletín Jurídico de la Cámara de Comercio de Quito, 2014).

5. El Usuario acude a la cita con el Notario en el día y a la hora establecida. En el caso de que el Usuario no se presente el día acordado, el Notario

podrá asignar una nueva cita. Si el Usuario no se presenta en la segunda llamada, el Notario finaliza el trámite (Boletín Jurídico de la Cámara de Comercio de Quito, 2014).

6. El Notario ingresa al sistema, recoge firmas autógrafas o electrónicas de socios o accionistas y administradores, y desmaterializa la escritura y los nombramientos (Boletín Jurídico de la Cámara de Comercio de Quito, 2014).
7. Adjunta documentos desmaterializados y firma electrónicamente la escritura y los nombramientos (Boletín Jurídico de la Cámara de Comercio de Quito, 2014).

Superintendencia de compañías y valores (Boletín Jurídico de la Cámara de Comercio de Quito, 2014).

1. Notifica mediante correo electrónico al Usuario sobre la generación de la escritura y los nombramientos.
2. Remite información de la escritura y los nombramientos al Sistema Nacional de Registro Mercantil.

Registro mercantil (Boletín Jurídico de la Cámara de Comercio de Quito, 2014).

1. Ingresa al Sistema Nacional de Registro Mercantil (SNRM).
2. Recupera la información del trámite correspondiente.
3. Verifica el pago del trámite.

El Sistema de Constitución Electrónica y Desmaterializada, remitirá tanto los datos como los documentos firmados electrónicamente.

4. Ingresa el número de factura pre-impresa.
5. Selecciona la forma de pago e imprime la factura.
6. El SNRM genera automáticamente el número de repertorio y asigna al Revisor Legal.
7. El Revisor Legal verifica que los documentos del trámite cumplan con la normativa aplicable.

8. Revisa en los libros que no exista otros títulos que impidan la inscripción actual, y asigna el trámite automáticamente al Inscriptor designado.
9. El Inscriptor Revisa la información del trámite, ingresada por el Revisor Legal, para determinar si se encuentra correcta y completa.
10. Si existen causas para negar la inscripción, registra dicha negativa.
11. Si no existen causas para negar la inscripción, genera número de inscripciones e imprime las razones pertinentes y las actas de las inscripciones generadas.
12. El Registrador Mercantil ingresa al Sistema Nacional de Registro Mercantil y firma tanto física como electrónicamente: las actas, las razones y la marginación, de ser el caso.

Dinardap - Sistema nacional de registro mercantil.

1. Remite la razón de inscripción o negativa firmada electrónicamente y los datos correspondientes al Sistema de Constitución Electrónica y Desmaterializada (Boletín Jurídico de la Cámara de Comercio de Quito, 2014).

Superintendencia de compañías y valores (Boletín Jurídico de la Cámara de Comercio de Quito, 2014).

1. Si se negó la inscripción, las facturas se enviarán por Correos del Ecuador a las direcciones definidas para el efecto.
2. Notifica mediante correo electrónico al Usuario y al Notario sobre la negativa de inscripción y la finalización del trámite. Fin del Procedimiento.
3. Si se inscribieron los documentos, notifica mediante correo electrónico al Municipio correspondiente sobre la inscripción realizada.
4. Genera número de expediente para la compañía.
5. Remite información de la compañía al Servicio de Rentas Internas.

Servicio de rentas internas (Boletín Jurídico de la Cámara de Comercio de Quito, 2014).

1. Valida la información recibida.
2. Genera el número de RUC para la compañía.
3. Remite el número de RUC al Sistema de Constitución Electrónica y Desmaterializada.

Superintendencia de compañías y valores (Boletín Jurídico de la Cámara de Comercio de Quito, 2014).

1. Registra el número de RUC asignado a la Compañía.
2. Graba información del trámite de constitución en la base de datos de Registro de Sociedades.
3. Notifica la finalización del trámite de constitución a todos los participantes: Usuario solicitante, Notario, Registrador Mercantil y Servicio de Rentas Internas.
4. Notifica la finalización del trámite de constitución a las áreas de Registro de Sociedades y Control de la Superintendencia de Compañías y Valores.

2.3.2. Reglamento para la obtención de los permisos de funcionamiento.

Qué; el artículo 361 de la Constitución de la República del Ecuador ordena que: "El Estado ejercerá la rectoría del sistema a través de la Autoridad Sanitaria Nacional, será responsable de formular la política nacional de salud , y normará, regulará y controlará todas las actividades relacionadas con la salud, así como el funcionamiento de las entidades del sector." (Ministerio de Salud Publica, 2014).

Qué; la Ley Orgánica de Salud dispone: "Art. 4.- La Autoridad Sanitaria Nacional es el Ministerio de Salud Pública, entidad a la que corresponde el ejercicio de las funciones de rectoría en salud; así como la responsabilidad de la aplicación, control y vigilancia del cumplimiento de esta Ley; y, las normas que dicte para su plena vigencia serán obligatorias." (Ministerio de Salud Publica, 2014).

Qué; artículo 130 de la Ley Orgánica de Salud prescribe que los establecimientos sujetos a control sanitario para su funcionamiento deberán contar con el permiso otorgado por la Autoridad Sanitaria Nacional, el mismo que tendrá vigencia de un año calendario; (Ministerio de Salud Publica, 2014).

En ejercicio de las atribuciones legales conferidas por los artículos 151 y 154, numeral 1 de la constitución de la república del ecuador y por el artículo 17 del estatuto del régimen jurídico y administrativo de la función ejecutiva (Ministerio de Salud Publica, 2014).

Acuerda:

Expedir el reglamento sustitutivo para otorgar permisos de funcionamiento a los establecimientos sujetos a vigilancia y control sanitario (Ministerio de Salud Publica, 2014).

CAPÍTULO II

Del permiso de funcionamiento

Artículo3.- El Permiso de Funcionamiento es el documento otorgado por la Autoridad Sanitaria Nacional a los establecimientos sujetos a control y vigilancia sanitaria que cumplen con todos los requisitos para su funcionamiento, establecidos en la normativa vigente (Ministerio de Salud Publica, 2014).

Artículo 7.- El Certificado de Permiso de Funcionamiento contendrá la información que se detalla a continuación (Ministerio de Salud Publica, 2014):

- ✓ Categoría del establecimiento.
- ✓ Código del establecimiento.
- ✓ Número del Permiso de Funcionamiento.
- ✓ Nombre o razón social del establecimiento.
- ✓ Nombre del propietario o representante legal.
- ✓ Nombre del responsable técnico, cuando corresponda.
- ✓ Actividad del establecimiento. –Tipo del riesgo.

- ✓ Dirección exacta del establecimiento.
- ✓ Fecha de expedición.
- ✓ Fecha de vencimiento.
- ✓ Firma de la autoridad competente.

La categoría o calificación de empresas, medianas y pequeñas empresas, micro empresas (MIPYMES), se realizará de conformidad con lo señalado en el artículo 53 del Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones (Ministerio de Salud Pública, 2014).

CAPÍTULO III

Categorización sanitaria de los establecimientos sujetos a vigilancia y control sanitario.

Artículo 9.- Los establecimientos sujetos a vigilancia y control sanitario se clasifican en tres categorías conforme su riesgo: Grupo A (riesgo alto); Grupo B (riesgo moderado) y Grupo C (riesgo bajo), tomando en consideración los siguientes criterios (Ministerio de Salud Pública, 2014):

1. Riesgo epidemiológico.
2. Tipo de producto / servicio.
3. Procesos utilizados conforme a la actividad del establecimiento.
4. Tipo de desechos generados.

CAPÍTULO IV

De las condiciones y requisitos para la obtención del permiso de funcionamiento.

Artículo. 10.- Toda persona natural o jurídica, nacional o extranjera para solicitar por primera vez el Permiso de Funcionamiento del establecimiento deberá ingresar su solicitud a través del formulario único en el sistema automatizado de la Agencia Nacional de Regulación. Control y Vigilancia Sanitaria - CSA o de las Direcciones Provinciales de Salud, o quien ejerza sus competencias, según corresponda, adjuntando los siguientes documentos (Ministerio de Salud Pública, 2014):

- a) Registro Único de Contribuyentes (RUC)
- b) Cédula de ciudadanía del propietario o representante legal del establecimiento;
- c) Documentos que acrediten la personería jurídica del establecimiento, cuando corresponda;
- d) Permiso otorgado por el Cuerpo de Bomberos o documento que lo remplace;
- e) Categorización emitida por el Ministerio de Industrias y Productividad, cuando corresponda;
- f) Certificado de Salud Ocupacional del personal que labora en el establecimiento;
- g) Comprobante de pago por derecho de Permiso de Funcionamiento; y, h)
- h) Otros requisitos establecidos en reglamentos específicos.

Artículo 11.- Todo establecimiento de servicios de atención al público y otros sujetos a vigilancia y control sanitario, para la obtención del Permiso de Funcionamiento, a más de cumplir con los requisitos establecidos en este Reglamento, debe contar al menos con un baño o batería sanitaria equipados con (Ministerio de Salud Pública, 2014);

- a) Lavamanos.
- b) Inodoro y/o urinario, cuando corresponda.
- c) Dispensador de jabón de pared provisto de jabón líquido.
- d) Dispensador de antiséptico, dentro o fuera de las instalaciones sanitarias.
- e) Equipos automáticos en funcionamiento o toallas desechables para secado de manos.
- f) Dispensador provisto de papel higiénico.
- g) Basurero con funda plástica.
- h) Provisión permanente de agua, ya sea agua potable, tratada, entubada o conectada a la república,
- i) Energía eléctrica.
- j) Sistema de alcantarillado o desagües funcionales que permitan el flujo

normal del agua hacia la alcantarilla o al colector principal, sin que exista acumulación de agua en pisos, inodoros y lavabos.

- k) Sistema de eliminación de desechos conforme a la normativa ambiental aplicable.

Artículo. 12.- El propietario o representante legal del establecimiento sujeto a vigilancia y control sanitario será responsable de lo siguiente (Ministerio de Salud Publica, 2014):

- a) Que el establecimiento ejecute de manera única y exclusiva la(s) actividad(es) para la(s) que se otorgó el Permiso de Funcionamiento.
- b) Cumplir con las normativas vigentes relacionadas al funcionamiento del establecimiento a su cargo; y,
- c) Contar con la documentación actualizada relacionada con el establecimiento y su actividad.

Constitución de la república del ecuador, derechos del buen vivir, sección segunda ambiente sano (Ministerio de Salud Publica, 2014).

Artículo 14.- Se reconoce el derecho de la población a vivir en un ambiente sano y ecológicamente equilibrado, que garantice la sostenibilidad y el buen vivir, sumak kawsay (Asamblea Nacional Constituyente, 2008).

Se declara de interés público la preservación del ambiente, la conservación de los ecosistemas, la biodiversidad y la integridad del patrimonio genético del país, la prevención del daño ambiental y la recuperación de los espacios naturales degradados (Asamblea Nacional Constituyente, 2008).

Artículo 15.- El Estado promoverá, en el sector público y privado, el uso de tecnologías ambientalmente limpias y de energías alternativas no contaminantes y de bajo impacto. La soberanía energética no se alcanzará en detrimento de la soberanía alimentaria, ni afectará el derecho al agua (Asamblea Nacional Constituyente, 2008).

CAPITULO III
METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

3.1. Materiales y métodos.

3.1.1. Materiales.

- Lapiceros y lápices.
- Borrador.
- Cuaderno.
- Computadora portátil HP.
- Mouse.
- Impresora.
- Internet.
- Mermory Flash.
- CD`S.
- Calculadoras.
- Anillados/Empastados.
- Fotocopiadora.
- Remax de Papel A4
- Cámara Fotográfica.
- Viáticos.

3.1.2. Métodos.

3.1.2.1. Método Inductivo – Deductivo.

Este método permitió comprobar o descartar las hipótesis planteadas a través de la encuesta que se realizó a las personas del Cantón La Maná.

3.1.2.2. Método Analítico – Sintético.

Se ha revisado ordenadamente cada uno de los indicadores que permitió la formulación de las hipótesis y que englobaron al marco teórico, conjuntamente con la información que se obtuvo a través del método inductivo para determinar

las conclusiones con respecto al criterio de las personas a encuestar, para la creación del Centro Terapéutico de Biomagnetismo en el Cantón La Maná.

3.2. Tipos de investigación.

3.2.1. Documental.

Se recolectó información bibliográfica para elaborar la respectiva estructura de un plan de negocio en la creación de un centro terapéutico de Biomagnetismo y las diferentes estrategias competitivas que se pueden implementar en el proyecto.

3.2.2. Campo.

Se hace presente mediante la recolección de datos en la encuesta que se ha aplicado a los habitantes del sector urbano del cantón La Maná para conocer su opinión con respecto a la creación de un centro terapéutico de Biomagnetismo y de esta manera determinar las estrategias competitivas o de marketing que se utilizaron en el plan de negocio.

3.3. Diseño de la investigación.

3.3.1. Técnicas e instrumentos de investigación.

Para el desarrollo de esta investigación fue necesaria la utilización de la siguiente técnica.

3.3.1.1. Encuesta.

Técnica que permitió obtener información de los habitantes del sector urbano con respecto a su opinión para la creación de un centro terapéutico de Biomagnetismo en Cantón La Maná.

3.3.1.1.1. Tipos de preguntas utilizadas.

a) Cerradas.

Estas preguntas se utilizaron para conocer si las personas estarían dispuestas a utilizar otro tipo de medicina como es la medicina alternativa, si les gustaría visitar un centro terapéutico de Biomagnetismo.

b) Opción múltiple.

Forma de evaluación por la cual se ha solicitado a los encuestados seleccionar una o varias de las opciones de una lista de respuestas.

Este tipo de preguntas se utilizaron para conocer el precio, ubicación del centro, y promociones que le agradan a los encuestados para de esta manera determinar las estrategias que permitirán conocer el grado de aceptación de las personas a través de este plan de negocio.

3.3.2. Recolección de la información empírica.

Para la recolección de información se utilizaron las siguientes fuentes:

3.3.2.1. Primarias.

La encuesta que se ha aplicado a las personas que habitan en la zona urbana del cantón La Maná para conocer sus opiniones con respecto a la creación de un Centro terapéutico de Biomagnetismo.

3.3.2.2. Secundarias.

- Internet.
- Folletos.
- Tesis de grado.
- Libros relacionados al tema de investigación.

3.4. Población y muestra.

3.4.1. Población.

La población se encuentra establecida por mujeres y hombres de la zona Urbana del Cantón La Maná, en edades comprendidas de entre 15 a 79 años, considerando esta la población objetiva para el plan de negocio.

3.4.2. Muestra.

Para seleccionar el tamaño de la muestra en relación a la población objetiva de la zona Urbana del Cantón La Maná sea ha empleado la fórmula de muestreo aleatorio simple la misma que nos permitirá conocer la cantidad de personar a encuestar.

Fórmula:
$$n = \frac{N * \sigma^2 * Z^2}{(N-1) * e^2 + \sigma^2 * Z^2}$$

Datos:

n = Tamaño de la muestra

N = Población a investigarse

Z = Nivel de confianza (95% = 1,96)

e= precisión o error (0,05)

σ = desviación estándar (0,50)

3.4.3. Población y muestra de personas a encuestar.

3.4.3.1. Universo objetivo.

Cuadro 2: Población de 15 a 79 años de la zona urbana del Cantón La Maná.

Urbana		
Edades	Hombres	Mujeres
De 15 a 19 años	1.217	1.216
De 20 a 24 años	1.171	1.231
De 25 a 29 años	1.096	1.162
De 30 a 34 años	916	945
De 35 a 39 años	802	809
De 40 a 44 años	675	642
De 45 a 49 años	561	518
De 50 a 54 años	435	382
De 55 a 59 años	304	317
De 60 a 64 años	243	243
De 65 a 69 años	209	178
De 70 a 74 años	137	136
De 75 a 79 años	89	66
TOTAL	7.855	7.845

Fuente: (Instituto Nacional de Estadística y Censo (INEC)).

Elaboración: Autora.

3.4.3.2. Población del cantón La Maná total de la zona urbana y rural de las edades comprendidas entre 15 a 79 años.

Cuadro 3: Total de la población urbana y rural de 15 a 79 años.

Total de población de 15 a 79 años	
Urbano	15.700
Rural	11.579
Total	27.279

Fuente: (Instituto Nacional de Estadística y Censo (INEC)).

Elaboración: Autora.

Universo objetivo Vo = 15.700 hombres y mujeres de 15 a 59 años de edad del cantón La Maná.

Calculo de la muestra.

Datos.

N = Población a investigarse

Z = Nivel de confianza (95% = 1,96)

e= precisión o error (0,05)

σ = desviación estándar (0,50)

n = Tamaño de la muestra

Cuadro 4: Calculo de muestra poblacional para encuestar a la población de la zona urbana del Cantón La Maná.

Población a encuestar
$n = \frac{15.700 * (0,50)^2 * (1,96)^2}{(15.700 - 1) * (0,05)^2 + (0,50)^2 * (1,96)^2}$ $n = \frac{15.078,28}{40,2079}$ $n = 375$

Elaboración: Autora.

CAPÍTULO IV
RESULTADOS Y DISCUSIÓN

4.1. Análisis y resultados de las encuestas.

Análisis de la información obtenida a través de las encuestas.

Posteriormente se mostraran los datos tabulados que se obtuvieron en la encuesta realizada a las 375 personas de edades comprendidas de entre 15 a 79 años, de la zona urbana del Cantón La Maná, con sus respectivos análisis y gráficos estadísticos.

Datos personales:

1. Edad de los encuestados.

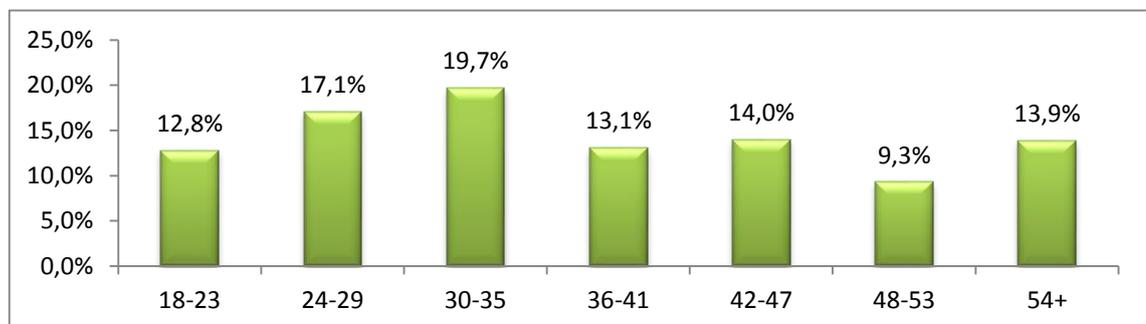
Tabla 1: Edad de los encuestados.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	18-23	48	12,8	12,8	12,8
	24-29	64	17,1	17,1	29,9
	30-35	74	19,7	19,7	49,6
	36-41	49	13,1	13,1	62,7
	42-47	53	14,1	14,1	76,8
	48-53	35	9,3	9,3	86,1
	54+	52	13,9	13,9	100,0
	Total	375	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta a los habitantes de la zona urbana del cantón La Maná.

Elaboración: Autora.

Gráfico 1: Edad de los encuestados.



Fuente: Encuesta a los habitantes de la zona urbana del cantón La Maná.

Elaboración: Autora.

Análisis:

Las edades de las personas encuestadas comprenden desde 18 a más de 54 años debido a que esta parte de la población es económicamente activa, pudiendo acceder a los servicios que ofrece el centro terapéutico entre ellos tenemos que el rango establecido de 18 a 23 años, comprende el 12,8%, entre 24 a 29 años, 17,1%, entre 30 a 35 años, 19,7%, entre 36 a 41 años, 13,1%, entre 42 a 47 años, 14%, entre 48 a 53 años, 9,3% y 13,9% más de 54 años. Como podemos observar las personas que están entre 30-35 años, comprenden el porcentaje más elevado lo que permite tener un mayor grado de confianza en la realización del proyecto ya que en su mayoría son personas económicamente estables.

2. Nivel de ingreso de los encuestados.

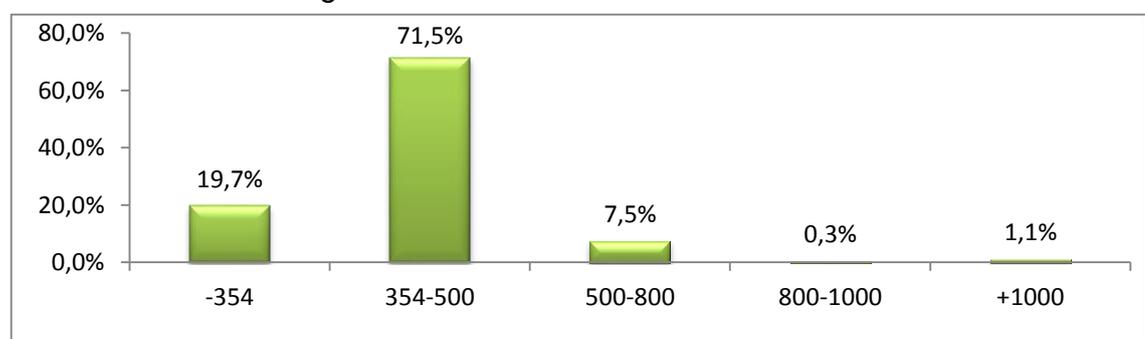
Tabla 2: Nivel de Ingreso de los encuestados.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	-354	74	19,7	19,7	19,7
	354-500	268	71,5	71,5	91,2
	500-800	28	7,5	7,5	98,7
	800-1000	1	,3	,3	98,9
	+1000	4	1,1	1,1	100,0
	Total	375	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta a los habitantes de la zona urbana del cantón La Maná.

Elaboración: Autora.

Gráfico 2: Nivel de Ingreso de los encuestados.



Fuente: Encuesta a los habitantes de la zona urbana del cantón La Maná.

Elaboración: Autora.

Análisis:

Los niveles de ingresos económicos que presentan los encuestados son: -\$354 comprende el 19,7%, de \$354 - \$500 es de 71,5%, el 7,5% corresponde a aquellas personas que mensualmente tienen ingresos de \$500-\$800, de \$800 - \$1000 corresponde a 0,3% y aquellos que ganan más de mil dolores es de 1,1%. Estos resultados permiten deducir que las personas del Cantón La Maná cuentan con un sueldo básico estable.

3. Sector de domicilio.

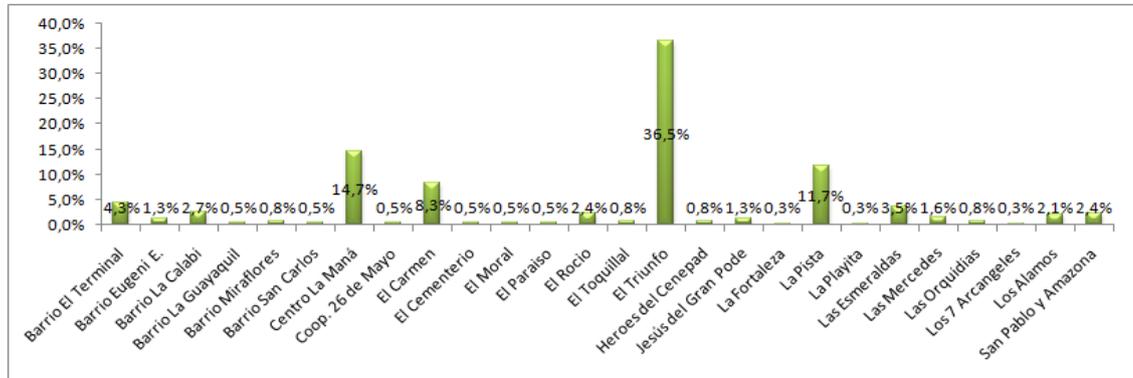
Tabla 3: Sector de domicilio de los encuestados.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Barrio El Terminal	16	4,3	4,3
	Barrio Eugeni E.	5	1,3	5,6
	Barrio La Calabi	10	2,7	8,3
	Barrio La Guayaquil	2	,5	8,8
	Barrio Miraflores	3	,8	9,6
	Barrio San Carlos	2	,5	10,1
	Centro La Maná	55	14,7	24,8
	Coop. 26 de Mayo	2	,5	25,3
	El Carmen	31	8,3	33,6
	El Cementerio	2	,5	34,1
	El Moral	2	,5	34,7
	El Paraíso	2	,5	35,2
	El Rocío	9	2,4	37,6
	El Toquillal	3	,8	38,4
	El Triunfo	137	36,5	74,9
	Héroes del Cenepa	3	,8	75,7
	Jesús del Gran Podede	5	1,3	77,1
	La Fortaleza	1	,3	77,3
	La Pista	44	11,7	89,1
	La Playita	1	,3	89,3
	Las Esmeraldas	13	3,5	92,8
	Las Mercedes	6	1,6	94,4
	Las Orquídeas	3	,8	95,2
	Los 7 Arcángeles	1	,3	95,5
	Los Álamos	8	2,1	97,6
	San Pablo y Amazona	9	2,4	100,0
Total	375	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta a los habitantes de la zona urbana del cantón La Maná.

Elaboración: Autora.

Gráfico 3: Sector de domicilio de los encuestados.



Fuente: Encuesta a los habitantes de la zona urbana del cantón La Maná.

Elaboración: Autora.

Análisis:

La muestra tomada se la ha realizado en tres parroquias del cantón la Maná como son: la Maná, El triunfo, el Carmen en donde se tomaron los diversos sectores que podemos observar en la tabla adjunta, mostrando que la mayor cantidad de clientes potenciales los encontramos en el Centro de La Maná con un 14,7%, el Carmen con un 8,3%, el Triunfo con un 36,5% y la pista con el 11,7%.

4. Ocupación.

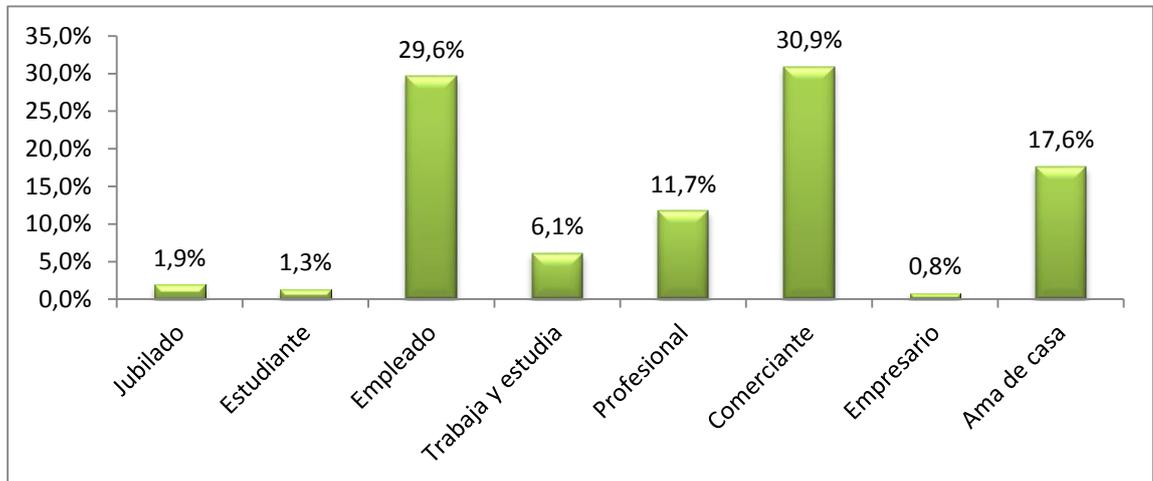
Tabla 4: Ocupación de los encuestados.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Jubilado	7	1,9	1,9	1,9
	Estudiante	5	1,3	1,3	3,2
	Empleado	111	29,6	29,6	32,8
	Trabaja y estudia	23	6,1	6,1	38,9
	Profesional	44	11,7	11,7	50,7
	Comerciante	11z6	30,9	30,9	81,6
	Empresario	3	,8	,8	82,4
	Ama de casa	66	17,6	17,6	100,0
Total	375	100,0	100,0		

Fuente: Encuesta a los habitantes de la zona urbana del cantón La Maná.

Elaboración: Autora.

Gráfico 4: Ocupación de los encuestados.



Fuente: Encuesta a los habitantes de la zona urbana del cantón La Maná.

Elaboración: Autora.

Análisis:

De las personas encuestadas el 30,9% son comerciantes, el 29,6% son empleados, el 17,6% son amas de casa, el 11,7% profesionales, el 6,1% son personas que trabajan y estudian, el 1,9% jubilados, el 1,3% estudiantes y el 0,8% empresarios, se observa que existe un gran porcentaje de personas que son comerciantes y a su vez en el sector la mayoría de los encuestados tienen una actividad económica, lo que demuestra que existe capacidad de compra y pueden visitar nuestro centro terapéutico como también un exceso de estrés debido a arduo trabajo que realizan las personas de dichos sectores.

5. Número de integrantes en el hogar.

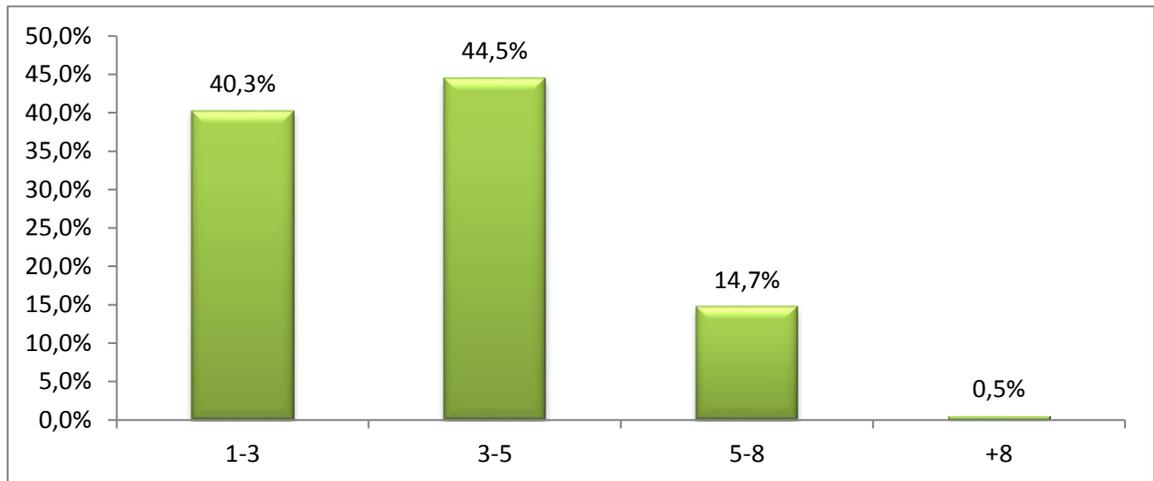
Tabla 5: Número de integrantes en el hogar.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	1-3	151	40,3	40,3	40,3
	3-5	167	44,5	44,5	84,8
	5-8	55	14,7	14,7	99,5
	+8	2	0,5	0,5	100,0
	Total	375	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta a los habitantes de la zona urbana del cantón La Maná.

Elaboración: Autora.

Gráfico 5: Número de integrantes en el hogar.



Fuente: Encuesta a los habitantes de la zona urbana del cantón La Maná.

Elaboración: Autora.

Análisis:

En el estudio se han tomado escalas entre los integrantes de las familias de La Maná comprendidas entre 1-3 correspondientes a un 40,3%, de 3-5 comprendido en un 44,5%, de 5-8 con un porcentaje de 14,7%, +8 integrantes con un 0,5%. Estos resultados reflejan que el mayor número de integrantes en los hogares de la Maná es de 3-5 con un 44,55%, esto permite tener promociones en los servicios a nivel familiar ampliando así los ingresos mensuales y generando mejoras en la salud de los hogares de la Maná.

Pregunta N° 1.

¿Usted alguna vez ha asistido a un Centro Terapéutico?

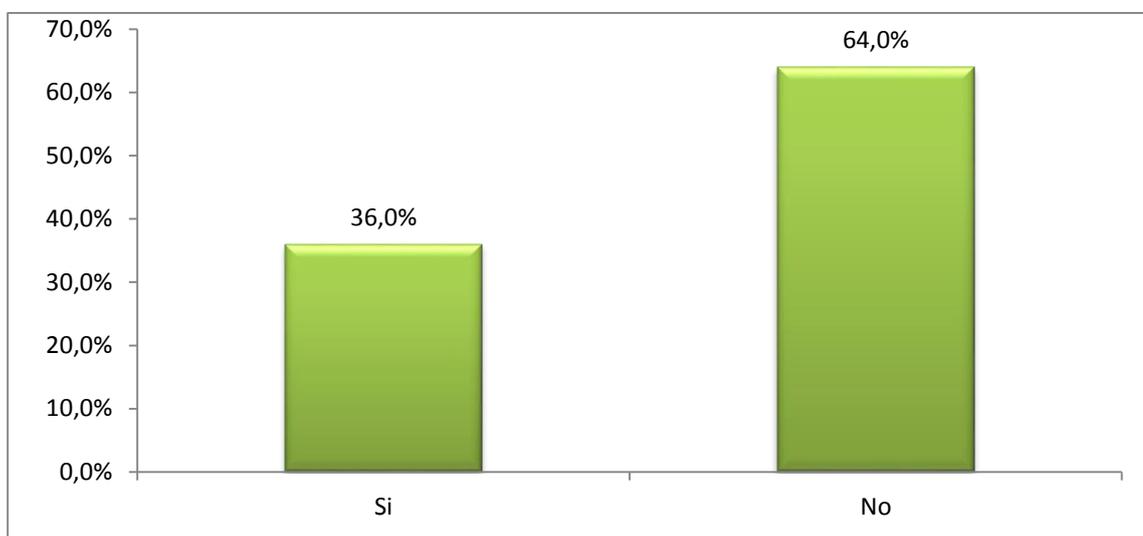
Tabla 6: Asistencia a los centros terapéuticos.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Si	135	36,0	36,0	36,0
	No	240	64,0	64,0	100,0
	Total	375	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta a los habitantes de la zona urbana del cantón La Maná.

Elaboración: Autora.

Gráfico 6: Asistencia a los centros terapéuticos.



Fuente: Encuesta a los habitantes de la zona urbana del cantón La Maná.

Elaboración: Autora.

Análisis:

De las personas encuestadas el 36,6% ha asistido a un centro terapéutico mientras que un 64,6% no la ha hecho, permitiendo de esta manera brindar un servicio de calidad para posicionarnos en el mercado mediante la adquisición de clientes potenciales para el centro terapéutico que no han tenido experiencias de estos servicios.

Pregunta N°.2

¿Cómo considera usted la ubicación de ese Centro Terapéutico?

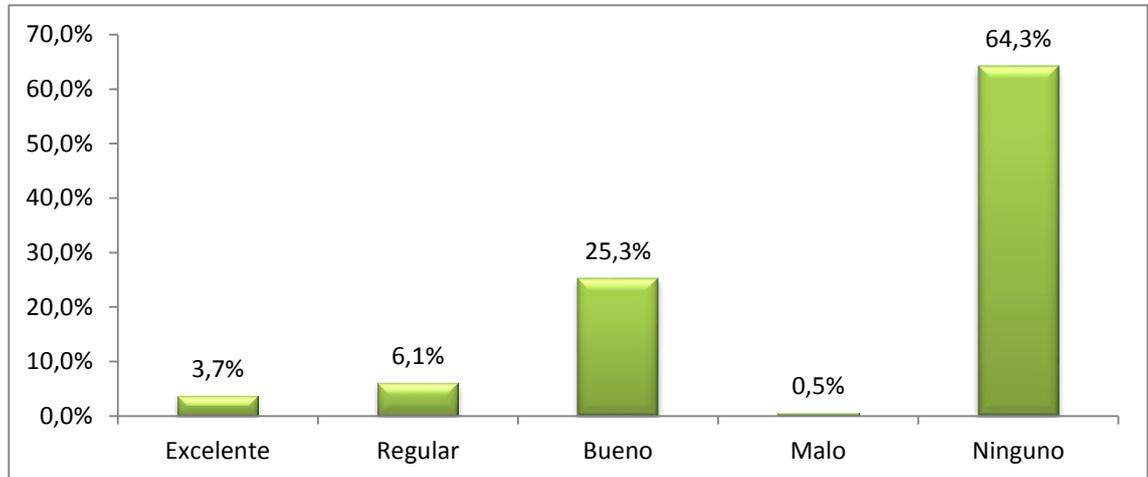
Tabla 7: Opinión sobre la ubicación de los centros terapéuticos

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Excelente	14	3,7%	3,7%	3,7%
	Regular	23	6,1%	6,1%	9,9%
	Bueno	95	25,3%	25,3%	35,2%
	Malo	2	0,5%	0,5%	35,7%
	Ninguno	241	64,3%	64,3%	100,0%
	Total	375	100,0%	100,0%	

Fuente: Encuesta a los habitantes de la zona urbana del cantón La Maná.

Elaboración: Autora.

Gráfico 7: Opinión sobre la ubicación de los centros terapéuticos.



Fuente: Encuesta a los habitantes de la zona urbana del cantón La Maná.

Elaboración: Autora.

Análisis:

La opinión de los encuestados sobre la ubicación de los centros terapéuticos están comprendidas en escalas de excelente con un 3,7%, regular con el 6,1%, bueno con el 25,3%, malo con el 0,5% y aquellos que no emitieron ninguna opinión con un porcentaje de 64,3%. Esta información nos ayuda a ubicar en un mejor lugar al centro terapéutico de biomagnetismo de la competencia.

Pregunta Nº.3

De manera General, ¿Cómo considera usted la calidad en el servicio que le brindan?

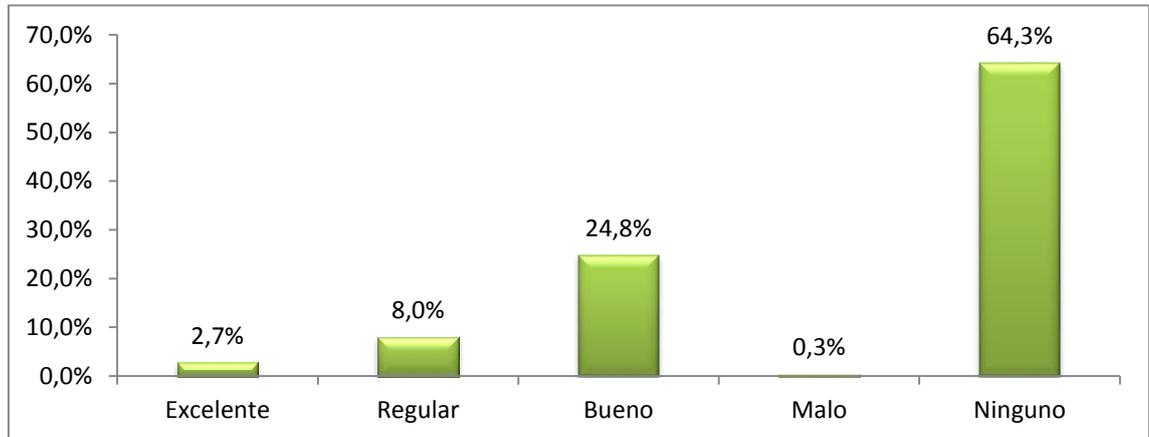
Tabla 8: Calidad de los servicios que ofrecen los centros terapéuticos.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Excelente	10	2,7%	2,7%	2,7%
	Regular	30	8,0%	8,0%	10,7%
	Bueno	93	24,8%	24,8%	35,5%
	Malo	1	0,3%	0,3%	35,7%
	Ninguno	241	64,3%	64,3%	100,0%
	Total	375	100,0%	100,0%	

Fuente: Encuesta a los habitantes de la zona urbana del cantón La Maná.

Elaboración: Autora.

Gráfico 8: Calidad de los servicios que ofrecen los centros terapéuticos.



Fuente: Encuesta a los habitantes de la zona urbana del cantón La Maná.

Elaboración: Autora.

Análisis:

La calidad en los servicios relacionados con los centros terapéuticos están en escala de excelente con 2,7%, regular con el 8,0%, bueno con el 24,8 %, malo con el 0,3% y aquellos que no emitieron ninguna opinión con 64,3%. Obteniendo un porcentaje de 64,3 % como mayoritario correspondiente a aquellas personas que no asistieron a un centro de terapias de biomagnetismo.

Pregunta Nº.4

¿Cómo considera usted los precios de los servicios que recibe en ese Centro Terapéutico?

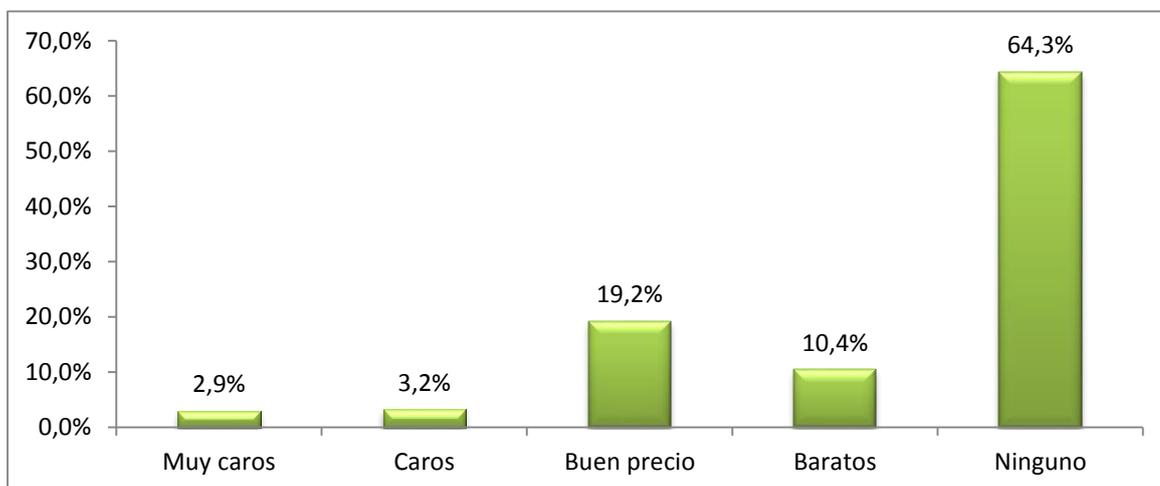
Tabla 9: Precios de los servicios que recibe en los centros terapéuticos.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Muy caros	11	2,9%	2,9%	2,9%
	Caros	12	3,2%	3,2%	6,1%
	Buen precio	72	19,2%	19,2%	25,3%
	Barato	39	10,4%	10,4%	35,7%
	Ninguno	241	64,3%	64,3%	100,0%
Total		375	100,0%	100,0%	

Fuente: Encuesta a los habitantes de la zona urbana del cantón La Maná.

Elaboración: Autora.

Gráfico 9: Precios de los servicios que recibe en los centros terapéuticos.



Fuente: Encuesta a los habitantes de la zona urbana del cantón La Maná.

Elaboración: Autora.

Análisis:

Los precios de los servicios relacionados con los centros terapéuticos están en escala de muy caros con 2,9%, caros con el 3,2%, buen precio con el 19,2 %, baratos con el 10,4% y aquellos que no emitieron ninguna opinión con 64,3%. Obteniendo un porcentaje alto de 64,3% en aquellas personas que no asistieron a un centro de terapias de biomagnetismo.

Pregunta N°.5

¿Cómo considera usted las instalaciones del Centro Terapéutico que visita?

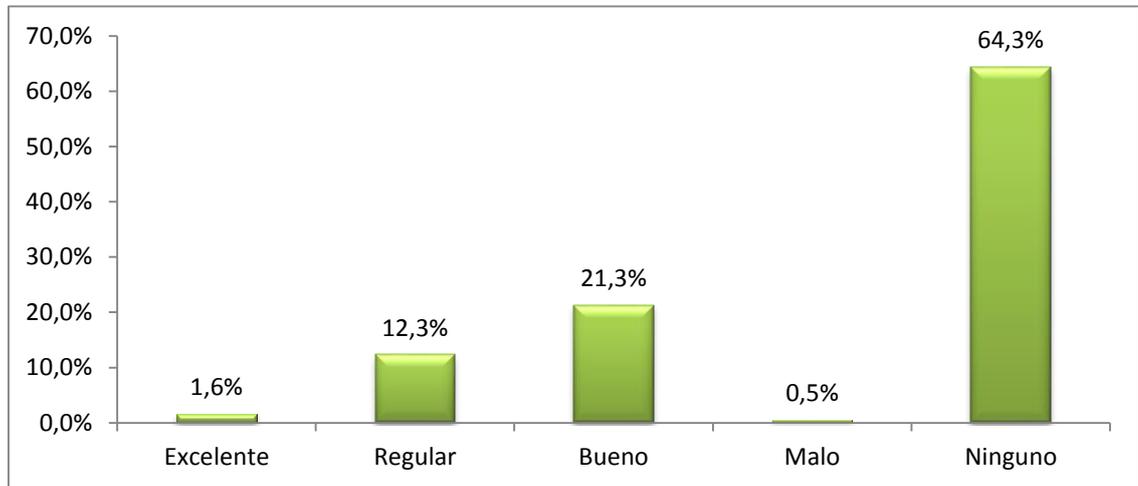
Tabla 10: Instalaciones de los centros terapéuticos.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Excelente	6	1,6%	1,6%	1,6%
	Regular	46	12,3%	12,3%	13,9%
	Bueno	80	21,3%	21,3%	35,2%
	Malo	2	0,5%	0,5%	35,7%
	Ninguno	241	64,3%	64,3%	100,0%
	Total	375	100,0%	100,0%	

Fuente: Encuesta a los habitantes de la zona urbana del cantón La Maná.

Elaboración: Autora.

Gráfico 10: Instalaciones de los centros terapéuticos.



Fuente: Encuesta a los habitantes de la zona urbana del cantón La Maná.

Elaboración: Autora.

Análisis:

Los encuestados respondieron que las instalaciones en los centros terapéuticos a los que asisten son buenas con un 21,3%, regular con el 12,3%, excelente con el 1,6%, malo con el 0,5% y ninguno con el 64,3%. Esto refleja que las instalaciones de los centros terapéuticos correspondientes a la competencia no se encuentran debidamente adecuadas.

Pregunta Nº.6

¿Con que frecuencia usted visita ese Centro Terapéutico?

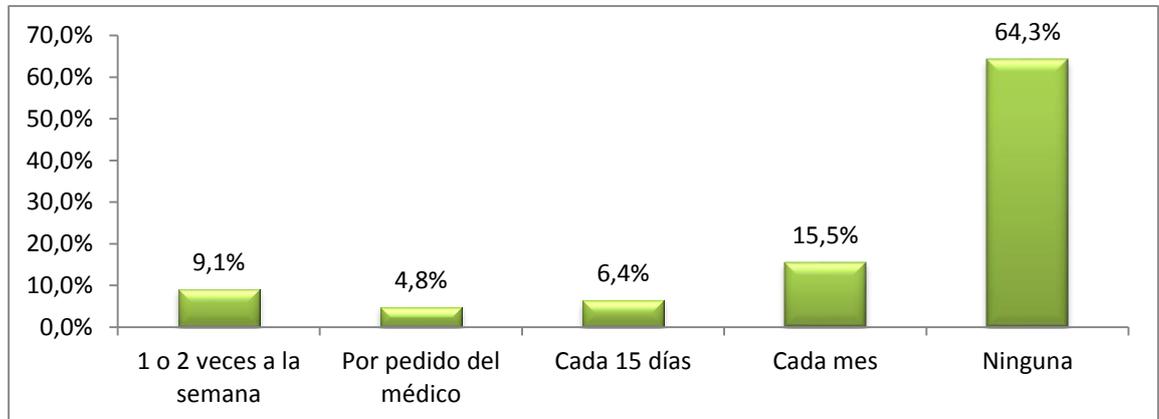
Tabla 11: Frecuencia de visita a los centros terapéuticos.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	1 o 2 veces a la semana	34	9,1%	9,1%	9,1%
	Por pedido del médico	18	4,8%	4,8%	13,9%
	Cada 15 días	24	6,4%	6,4%	20,3%
	Cada mes	58	15,5%	15,5%	35,7%
	Ninguna	241	64,3%	64,3%	100,0%
Total		375	100,0%	100,0%	

Fuente: Encuesta a los habitantes de la zona urbana del cantón La Maná.

Elaboración: Autora.

Gráfico11: Frecuencia de visita a los centros terapéuticos.



Fuente: Encuesta a los habitantes de la zona urbana del cantón La Maná.

Elaboración: Autora.

Análisis:

La población encuestada visita a los centros terapéuticos con una frecuencia de 1 o 2 veces a la semana con el 9,1%, por pedido médico el 4,8%, cada 15 días el 6,4%, cada mes el 15,5%, Ninguno el 64,4%, se concluye que las personas asisten con más frecuencia a realizarse las terapias cada mes.

Pregunta Nº.7

¿Por qué motivo usted no ha asistido a un centro terapéutico?

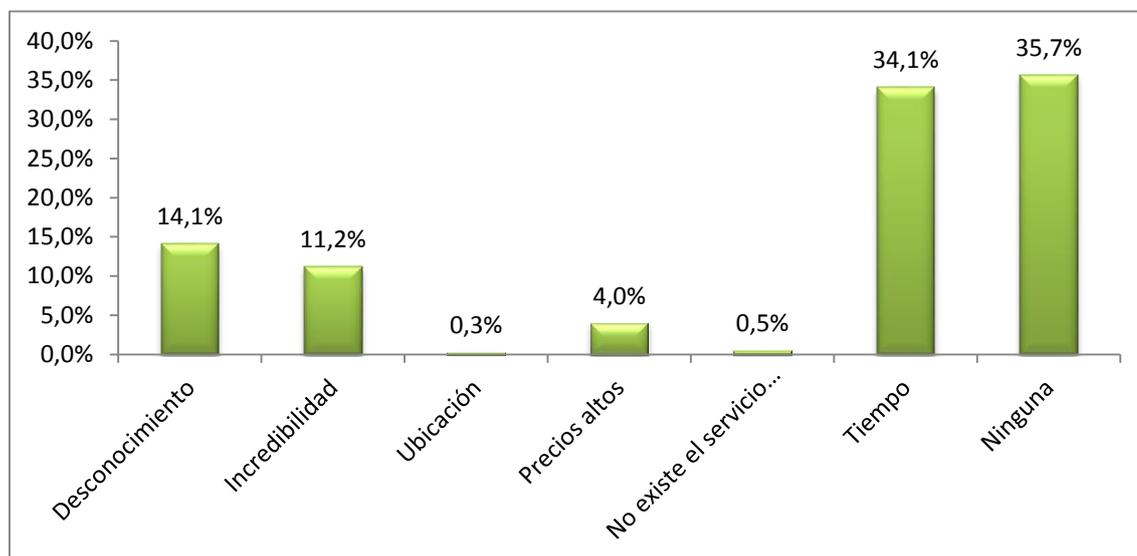
Tabla 12: Motivos por los que no asisten a los centros terapéuticos.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Desconocimiento	53	14,1%	14,1%	14,1%
	Incredibilidad	42	11,2%	11,2%	25,3%
	Ubicación	1	0,3%	0,3%	25,6%
	Precios altos	15	4,0%	4,0%	29,6%
	No existe el servicio requerido	2	0,5%	0,5%	30,1%
	Tiempo	128	34,1%	34,1%	64,3%
	Ninguna	134	35,7%	35,7%	100,0%
	Total	375	100,0%	100,0%	

Fuente: Encuesta a los habitantes de la zona urbana del cantón La Maná.

Elaboración: Autora.

Gráfico 12: Motivos por los que no asisten a los centros terapéuticos.



Fuente: Encuesta a los habitantes de la zona urbana del cantón La Maná.

Elaboración: Autora.

Análisis:

Los encuestados mencionaron los motivos por los que no asisten a un centro terapéutico entre ellos tenemos: desconocimiento con un 14,1%, incredibilidad con un 11,2%, ubicación con un 0,3%, precios altos con 4,0%, no existe el servicio requerido un 0,5%, tiempo el 34,1% y ninguno con el 35,7%, reflejando que la mayoría no asiste debido a la falta de tiempo.

Pregunta N°.8

¿Si existiera en el Cantón La Maná un Centro Terapéutico usted utilizaría sus servicios?

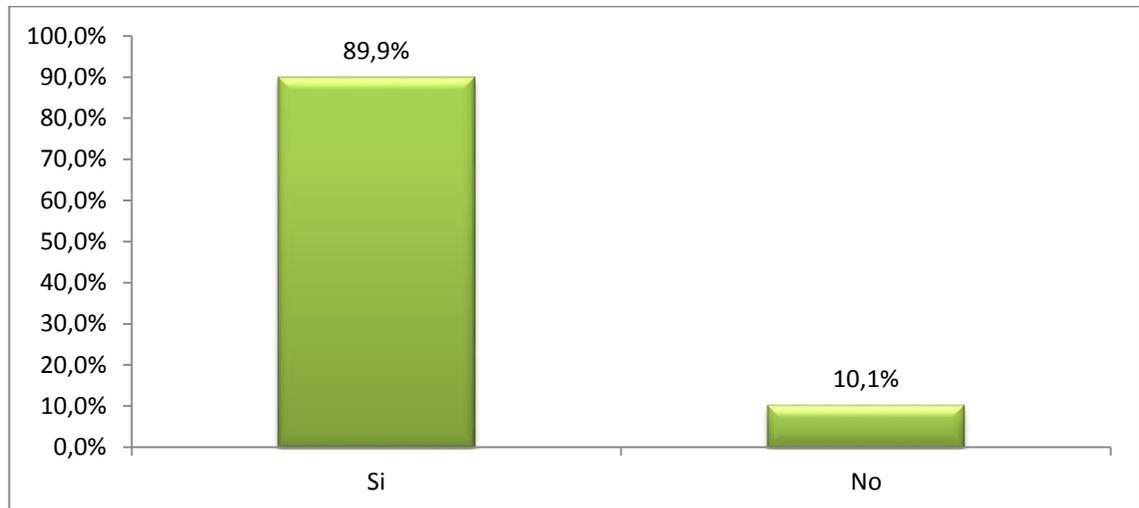
Tabla 13: Utilización de servicios en los centros terapéuticos.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Si	337	89,9%	89,9%	89,9%
	No	38	10,1%	10,1%	100,0%
	Total	375	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta a los habitantes de la zona urbana del cantón La Maná.

Elaboración: Autora.

Gráfico 13: Utilización de servicios en los centros terapéuticos.



Fuente: Encuesta a los habitantes de la zona urbana del cantón La Maná.

Elaboración: Autora.

Análisis:

El 89,9% correspondiente a 337 personas respondieron que de existir un centro terapéutico en el cantón la Maná asistirían a recibir sus servicios y un 10,1% que representan a 38 personas señalaron que no asistirían al centro terapéutico, estos resultados reflejan que si es factible la creación de un centro de terapias de biomagnetismo ya que tendría la asistencia necesaria por parte de los clientes.

Pregunta N°.9

¿Maque con una X qué tipo de terapia le gustaría recibir?

Tabla 14: Resumen de los casos de terapias a recibir.

	Casos					
	Válidos		Perdidos		Total	
	Nº	Porcentaje	Nº	Porcentaje	Nº	Porcentaje
\$Tipo Terapia ^a	337	89,9%	38	10,1%	375	100,0%

a. Agrupación de dicotomías. Tabulado el valor 1.

Fuente: Encuesta a los habitantes de la zona urbana del cantón La Maná.

Elaboración: Autora.

Tabla 15: Terapias a resumir.

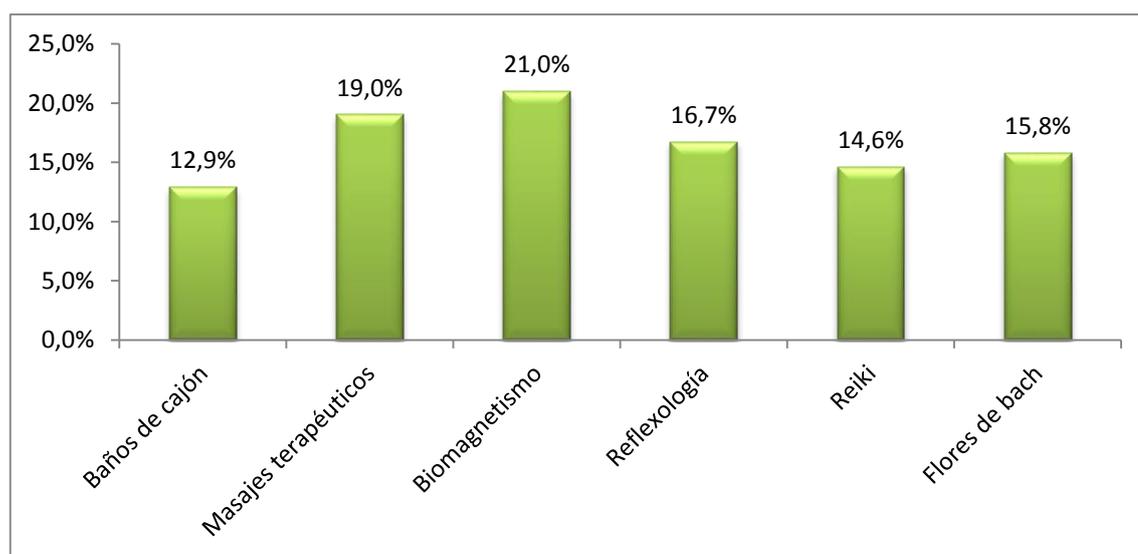
		Respuestas		Porcentaje de casos
		Nº	Porcentaje	
Tipo de terapia a recibir ^a	Baños de cajón	130	12,9%	38,6%
	Masajes terapéuticos	192	19,0%	57,0%
	Biomagnetismo	212	21,0%	62,9%
	Reflexología	169	16,7%	50,1%
	Reiki	148	14,6%	43,9%
	Flores de bach	160	15,8%	47,5%
Total		1011	100,0%	300,0%

a. Agrupación de dicotomías. Tabulado el valor 1.

Fuente: Encuesta a los habitantes de la zona urbana del cantón La Maná.

Elaboración: Autora.

Gráfico 14: Terapias a resumir.



Fuente: Encuesta a los habitantes de la zona urbana del cantón La Maná.

Elaboración: Autora.

Análisis:

De las 375 personas a encuestar 337 corresponden a un 89,9% de las personas que eligieron alguna terapia, los 10,1% correspondientes a 38 personas son aquellos que no eligieron ninguna de las terapias a ofertar. De las terapias que ofrece el centro terapéutico las personas eligieron como principal a la de biomagnetismo con un 21,0%, seguido de masajes terapéuticos con el 19,1%,

reflexología con el 16,7%, Flores de Bach con el 15,8%, Reiki con el 14,6% y por último los baños de cajón con el 12,9%, siendo la terapia de biomagnetismo mayormente solicitadas por la población encuestada.

Pregunta N°.10

¿Qué aspectos considera más importante para asistir a un Centro Terapéutico?

Tabla 16: Resumen de los casos de los aspectos importantes para asistir a un centro terapéutico.

	Casos					
	Válidos		Perdidos		Total	
	Nº	Porcentaje	Nº	Porcentaje	Nº	Porcentaje
\$aspectos Precio ^a	336	89,6%	39	10,4%	375	100,0%
a. Agrupación de dicotomías. Tabulado el valor 1.						

Fuente: Encuesta a los habitantes de la zona urbana del cantón La Maná.

Elaboración: Autora.

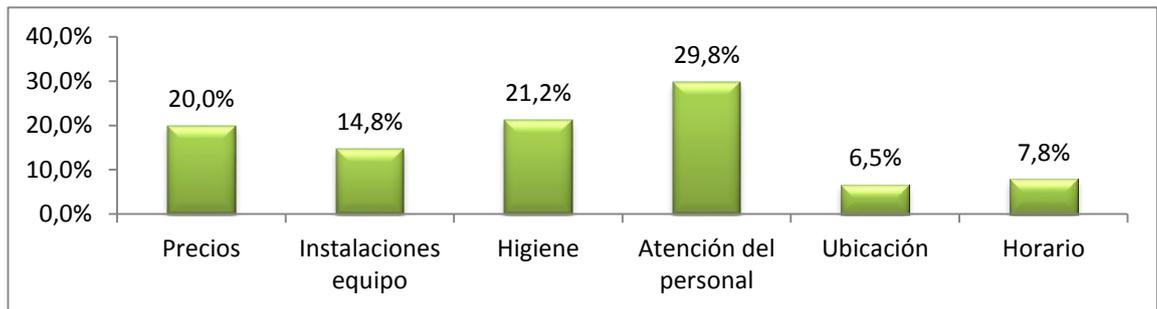
Tabla 17: Aspectos importantes para asistir a un centro terapéutico.

		Respuestas		Porcentaje de casos
		Nº	Porcentaje	
Aspectos importantes para asistir a un centro terapéutico	Precios	169	20,0%	50,3%
	Instalaciones equipo	125	14,8%	37,2%
	Higiene	179	21,2%	53,3%
	Atención del personal	252	29,8%	75,0%
	Ubicación	55	6,5%	16,4%
	Horario	66	7,8%	19,6%
Total		846	100,0%	251,8%

Fuente: Encuesta a los habitantes de la zona urbana del cantón La Maná.

Elaboración: Autora.

Gráfico 15: Aspectos importantes para asistir a un centro terapéutico.



Fuente: Encuesta a los habitantes de la zona urbana del cantón La Maná.

Elaboración: Autora.

Análisis:

Los encuestados consideran que existen aspectos importantes que se deben considerar al momento de asistir a un centro de terapias de biomagnetismo, entre esos aspectos tenemos: Precios con un 20,0%, instalaciones de equipos con el 14,8%, Higiene con un 21,2 %, Atención del personal con el 29,8%, ubicación con el 6,5%, horarios con el 7,8%, teniendo como mayor preferencia la atención del personal al momento de recibir los servicios de un centro de terapia de biomagnetismo.

Pregunta Nº.11

¿Con que frecuencia asistiría a nuestro Centro Terapéutico?

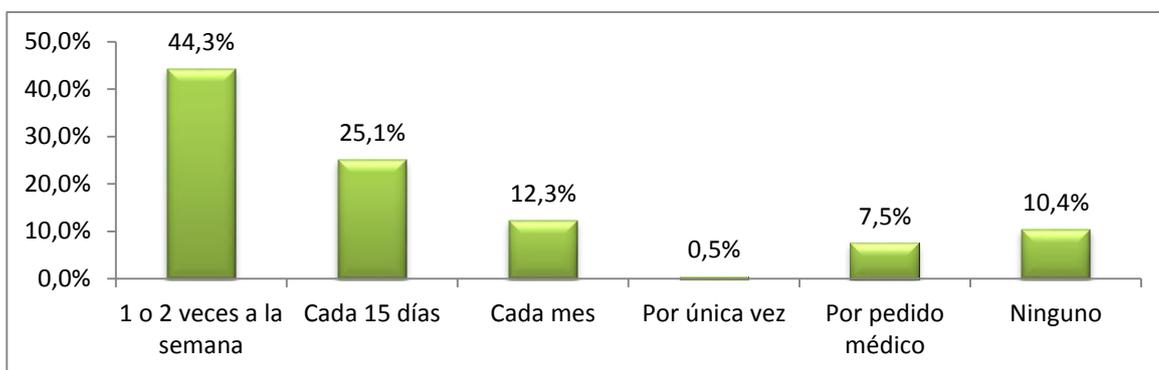
Tabla 18: Frecuencia de asistencia al centro terapéutico.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	1 o 2 veces a la semana	166	44,3%	44,3%	44,3%
	Cada 15 días	94	25,1%	25,1%	69,3%
	Cada mes	46	12,3%	12,3%	81,6%
	Por única vez	2	0,5%	0,5%	82,1%
	Por pedido médico	28	7,5%	7,5%	89,6%
	Ninguno	39	10,4%	10,4%	100,0%
	Total	375	100,0%	100,0%	

Fuente: Encuesta a los habitantes de la zona urbana del cantón La Maná.

Elaboración: Autora.

Gráfico 16: Frecuencia de asistencia al centro terapéutico.



Fuente: Encuesta a los habitantes de la zona urbana del cantón La Maná.

Elaboración: Autora.

Análisis:

Los encuestados respondieron que la asistencia al centro de terapias de biomagnetismo están comprendidas en frecuencia de 1 o 2 veces a la semana con un 44,35%, cada 15 días con el 25,1%, cada mes con el 12,3%, por única vez el 0,5%, por pedido médico el 7,5 % y el ninguno 10,4%, reflejando que asistirían en su mayoría de 1 o 2 veces a la semana, lo que permite planificar la atención en el centro de terapéutico de biomagnetismo.

Pregunta N°.12

¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por los servicios en nuestro Centro Terapéutico?

Tabla 19: Resumen de los casos a pagar por los servicios en nuestro centro terapéutico.

	Casos					
	Válidos		Perdidos		Total	
	Nº	Porcentaje	Nº	Porcentaje	Nº	Porcentaje
\$Pagos Servicios ^a	375	100,0%	0	,0%	375	100,0%
a. Agrupación						

Fuente: Encuesta a los habitantes de la zona urbana del cantón La Maná.

Elaboración: Autora.

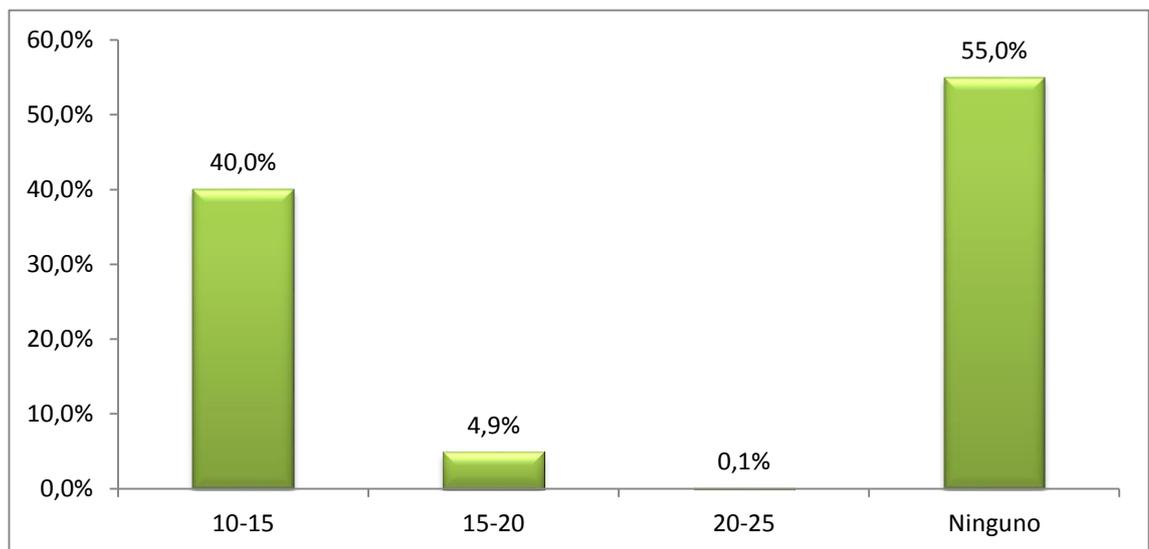
Tabla 20: Pagos por los servicios en nuestro centro terapéutico.

		Respuestas		Porcentaje de casos
		Nº	Porcentaje	
Pagos de servicios	10-15	899	40,0%	239,7%
	15-20	110	4,9%	29,3%
	20-25	2	0,1%	0,5%
	Ninguno	1235	55,0%	329,3%
Total		2246	100,0%	598,9%

Fuente: Encuesta a los habitantes de la zona urbana del cantón La Maná.

Elaboración: Autora.

Gráfico 17: Pagos por los servicios en nuestro centro terapéutico.



Fuente: Encuesta a los habitantes de la zona urbana del cantón La Maná.

Elaboración: Autora.

Análisis:

Los pagos para acceder a los servicios del centro de biomagnetismo están dados en intervalos de 10-15 con un 40,0%, 15-20 con un 4,9%, 20-25 con un 0,1% y aquellos que respondieron ninguno corresponden al 55,0 %, lo que significa que el rango de precios a ser considerado es el de \$10- \$15 ya que existe una tendencia mayoritaria a pagar esos precios.

Pregunta Nº.13

¿Qué medio de publicidad prefiere más usted?

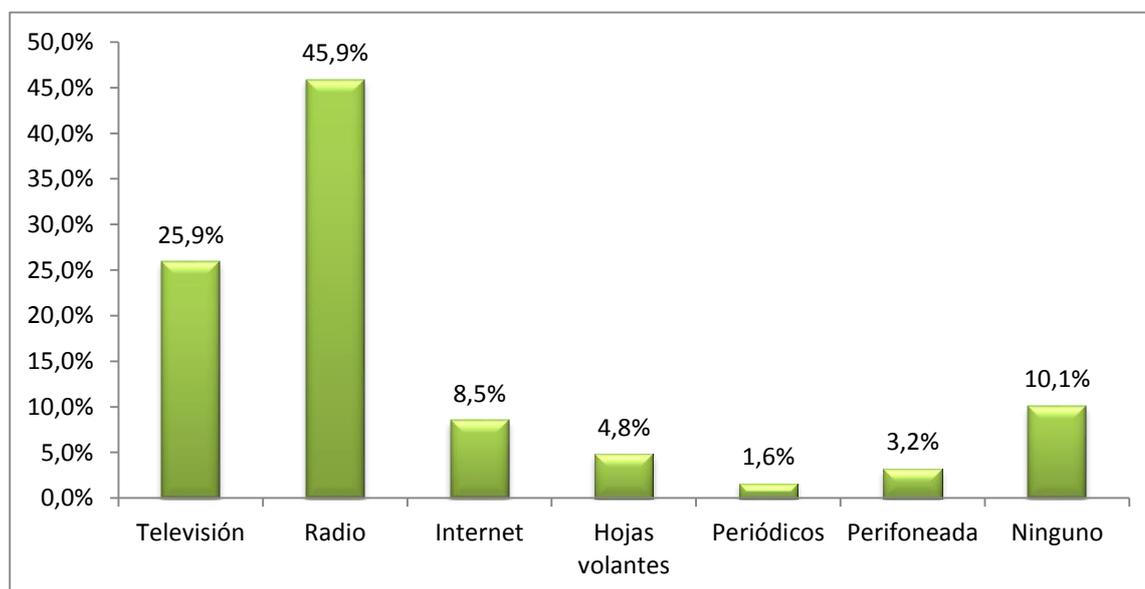
Tabla 21: Preferencia a los medios de publicidad.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Televisión	97	25,9%	25,9%	25,9%
	Radio	172	45,9%	45,9%	71,7%
	Internet	32	8,5%	8,5%	80,3%
	Hojas volantes	18	4,8%	4,8%	85,1%
	Periódicos	6	1,6%	1,6%	86,7%
	Perifoneada	12	3,2%	3,2%	89,9%
	Ninguno	38	10,1%	10,1%	100,0%
Total		375	100,0%	100,0%	

Fuente: Encuesta a los habitantes de la zona urbana del cantón La Maná.

Elaboración: Autora.

Gráfico 18: Medios de publicidad



Fuente: Encuesta a los habitantes de la zona urbana del cantón La Maná.

Elaboración: Autora.

Análisis:

De los medios de publicidad sugeridos a los encuestados ellos respondieron que el 45,5 % preferían la radio, la televisión con un 25,9%, el internet un 8,5%, hojas volantes un 4,8%, periódicos un 1,6%, perifoneada un 3,2% y aquellos que no respondieron con un 10,1%. Como se puede visualizar en el gráfico el medio de publicidad preferente es la radio.

Pregunta N°.14

¿Qué tipo de promoción le gustaría que tuviera nuestro Centro Terapéutico?

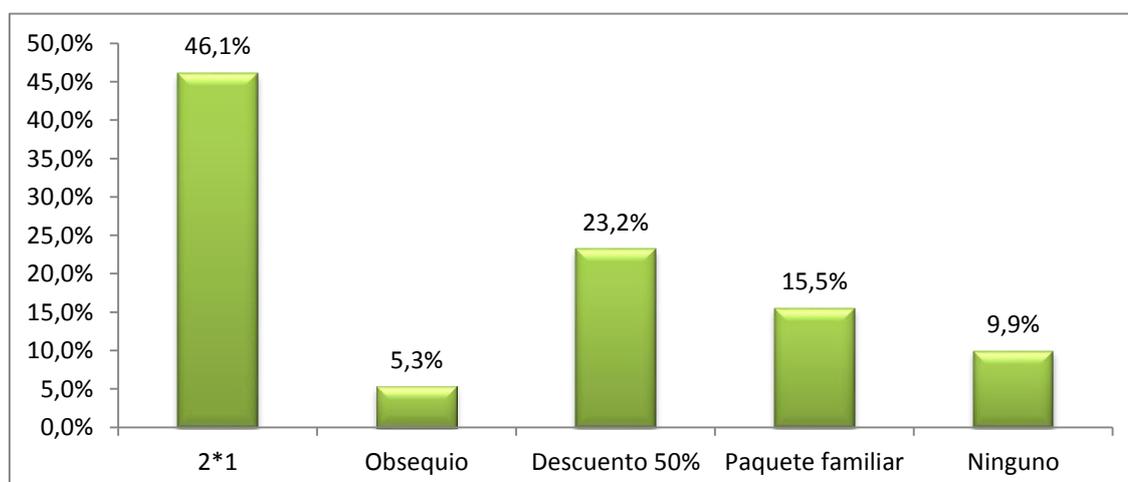
Tabla 22: Promociones del centro terapéutico.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	2*1	173	46,1%	46,1%	46,1%
	Obsequio	20	5,3%	5,3%	51,5%
	Descuento o 50%	87	23,2%	23,2%	74,7%
	Paquete familiar	58	15,5%	15,5%	90,1%
	Ninguno	37	9,9%	9,9%	100,0%
	Total	375	100,0%	100,0%	

Fuente: Encuesta a los habitantes de la zona urbana del cantón La Maná.

Elaboración: Autora.

Gráfico 19: Promociones del centro terapéutico.



Fuente: Encuesta a los habitantes de la zona urbana del cantón La Maná.

Elaboración: Autora.

Análisis:

Las promociones en el centro terapéutico de biomagnetismo corresponden al 46,1% con el 2*1, obsequio con un 5,3%, descuento del 50% con un 23,2%, paquete familiar con un 15,5%, y aquellos que respondieron ninguno con un 9,9%, los encuestados prefieren como promociones el de un 2*1, seguidamente de un descuento del 50% en la prestación de servicios en el centro terapéutico.

Pregunta N°.15

¿Qué horario de atención preferiría usted que este abierto el centro terapéutico?

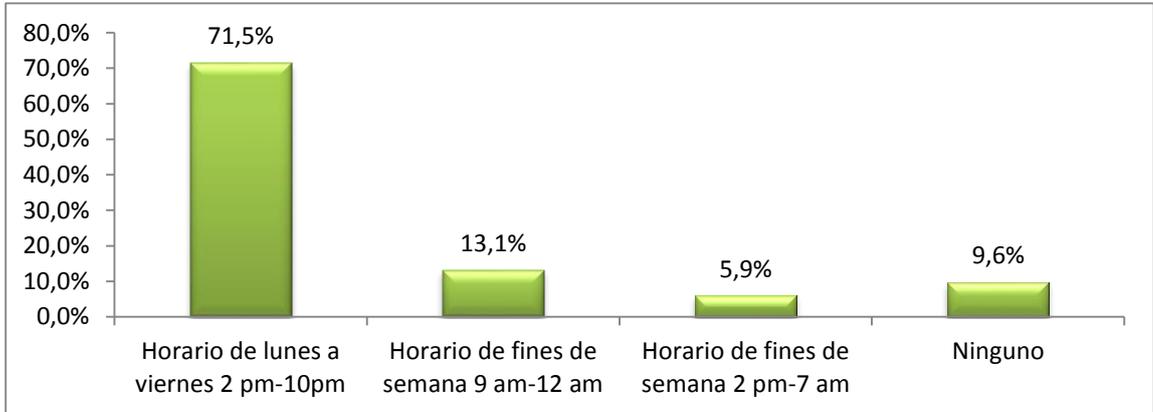
Tabla 23: Preferencia de horarios para el centro terapéutico de biomagnetismo.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Horario de lunes a viernes 2 pm-10pm	268	71,5%	71,5%	71,5%
	Horario de fines de semana 9 am-12 am	49	13,1%	13,1%	84,5%
	Horario de fines de semana 2 pm-7 am	22	5,9%	5,9%	90,4%
	Ninguno	36	9,6%	9,6%	100,0%
	Total	375	100,0%	100,0%	

Fuente: Encuesta a los habitantes de la zona urbana del cantón La Maná.

Elaboración: Autora.

Gráfico 20: Preferencia de horarios para el centro terapéutico de biomagnetismo.



Fuente: Encuesta a los habitantes de la zona urbana del cantón La Maná.

Elaboración: Autora.

Análisis:

De las preferencias de horarios expuesta para los clientes el 71,5% prefieren el horario de lunes a viernes 2 pm-10pm, el horario de los fines de semana de 9am-12 am, horarios de fines de semana 2 pm-7am con un 5,9% y aquellos que no respondieron con 9,6%, prefiriendo el horario de lunes a viernes de 12 de la tarde a 10 de la noche.

4.2. Discusión.

Hipótesis Especifico 1.

La elaboración de un estudio de mercado a las personas que habitan en La Maná permitió conocer la oferta y demanda para la creación del centro terapéutico de Biomagnetismo.

Para poner en marcha un centro de terapias alternativas debemos seguir unos pasos previos para conocer las posibilidades de éxito de nuestro negocio. Elaboraremos un análisis estratégico del negocio, tanto interno de la empresa, como externo, de otros centros del mismo sector, para comparar y poder establecer las perspectivas del negocio y el modelo que queremos para nuestro negocio (Sedanda Nathanael, 2013).

El análisis de mercado nos indica el grado de aceptación del servicio de terapias alternativas en el cantón La Maná con un 89,9% de la demanda potencial, lo cual permitirá lograr las posibilidades de éxito en el funcionamiento del centro terapéutico, en relación con la competencia hay una ventaja competitiva debida a que no existe una diversificación de terapias, como un precio acorde al nivel adquisitivo de los ciudadanos del cantón La Maná.

Hipótesis Especifica 2.

El estudio técnico y organizacional permitió conocer la factibilidad de la investigación.

El estudio técnico tiene por objeto proveer información para cuantificar el monto de las inversiones y de los costos de operación pertinentes a esta área. Por lo general, se estima que deben aplicarse los procedimientos y tecnologías más modernos, la función de producción que optimice el empleo de los recursos disponibles en la producción del bien o servicio del proyecto, el requerimiento de

equipos de fábrica para la operación y el monto de la inversión correspondiente, permitirá dimensionar las necesidades de espacio físico, estos mismos antecedentes hará posible cuantificar las necesidades de mano de obra por especialización y asignarles un nivel de remuneración (Sapag Chain & Sapag Chain, Preparación y Evaluación de Proyectos, 2010).

En la parte técnica del plan de negocio se dimensiona las necesidades del espacio físico, como también la implementación de tecnologías necesarias y la disposición de profesionales especializados en las diversas terapias alternativas, lo que permite garantizar la calidad del servicio que ofrecerá el centro terapéutico de biomagnetismo en el cantón La Maná.

Hipótesis Específica 3.

El desarrollo de un estudio económico y financiero permitió conocer la rentabilidad de la creación del centro terapéutico en el Cantón La Maná.

Una vez que el evaluador del proyecto se haya dado cuenta que existe mercado para el bien o servicio, que no existen impedimentos de orden técnico y legal para la implementación del proyecto, procede a cuantificar el monto de las inversiones y costos durante el período de evaluación del proyecto. Esta información se realiza a través de indicadores de rentabilidad para determinar la evaluación financiera del proyecto (Meza Orozco, 2010).

Con la información obtenida del estudio de mercado y el estudio técnico se establece la factibilidad financiera del plan de negocio identificando el valor actual neto del proyecto con \$41.215,22, y una tasa interna de retorno del 31,96%, eso determina que existe rentabilidad, logrando el periodo de recuperación de la inversión dentro del primer año de servicio.

4.3. Plan de negocios para la creación de un centro terapéutico de biomagnetismo en el Cantón La Maná.

4.3.1. Definición del negocio.

El tipo de negocio que se desea establecer es un Centro Terapéutico de Biomagnetismo, ya que hoy en día la medicina alternativa es reconocida debido a los resultados obtenidos en pacientes por medio de sus diferentes terapias que permiten tener una mejor salud.

El estudio de mercado realizado a los habitantes de la zona urbana del Cantón La Maná permitió llevar a cabo la idea de crear un Centro Terapéutico de Biomagnetismo, mediante estrategias de mercado que permitan promocionar los diferentes servicios que la ciudadanía demanda, considerando un precio cómodo al alcance de las personas, contando con una promoción y publicidad atractiva que permita captar la mayor cantidad de clientes.

4.3.1.1. Información personal y calificaciones.

Cuadro 5: Personal y calificaciones del plan de negocios para la creación un centro terapéutico de biomagnetismo en el cantón La Maná año 2014.

PERSONAL	Proceso/Funciones	Capacitación necesaria y experiencia
Asistente Administrativo	Encargado de Organizar y planificar	2 años
Asistente Contable	Encargado de llevar todos los registros contables del centro terapéutico.	2 años
Recepcionista	Encargado de facilitarle la información necesaria al cliente	1 año
Terapeutas de distintas áreas	Encargado de ofrecer un tratamiento adecuado a los clientes	4 años
Auxiliares Terapeutas	Encargados de colaborar con los Terapeutas	2 años

Encargado de limpieza	Encargado de realizar la limpieza y mantener en orden las instalaciones.	1 año
------------------------------	--	-------

Elaboración: Autora.

4.3.1.2. **Productos y Servicios.**

Centro de Terapéutico de Biomagnetismo.

✓ **Servicios a ofertar:**

- Baños de cajón.
- Masajes Terapéuticos.
- Terapia Biomagnetismo.
- Terapia Reflexología.
- Terapia Reiki.
- Terapia de Flores de Bach

4.3.1.3. **Objetivo del estudio.**

Identificarla viabilidad del mercado, la parte técnica, económica y financiera, conociendo las necesidades y expectativas de los habitantes para la creación de un centro terapéutico de Biomagnetismo en el cantón La Maná en el año 2014.

4.3.1.4. **Apéndices.**

CURRICULUM VITAE

Datos Personales

Nombres:	Diana Gabriela
Apellidos:	Abril Cócheres
Nº de Cedula:	092840220-5
Estado civil:	Soltera
Nacionalidad:	Ecuatoriana
Fecha de nacimiento:	03 de Diciembre de 1990
Lugar de nacimiento:	Quevedo

Dirección: Lotización San Antonio, Calle E callejón B

Teléfono: 098284322

Estudios Realizados

Nivel Primario: Escuela Particular “Federico Gonzales Suarez”

Nivel Secundario: Colegio “Nicolás Infantes Díaz” Bachiller en Físico Matemático

Nivel Superior: Universidad Técnica Estatal de Quevedo Egresada de la Carrera de Gestión Empresarial

Curso y Seminarios Realizados

Curso de Computación (Word, Excel, Windows) – ESPE

Curso de Computación (Word, Excel, Windows) – UTEQ

Curso del juego Bursátil de la Bolsa de Valores año 2013

Experiencia Laboral

Restaurante “GABRIELITA”

Cargo: Administradora

Tiempo: 3 años

Capacidades y Habilidades

Manejo de Word, Excel e Internet.

Buena dicción y trato con el público.

Adaptable y amoldable a cualquier actividad.

Poseo ansias de superación y capacitación.

Disponibilidad horario

Tiempo Completo.

Referencias Personales

Psicólogo Pablo Parra Silva

Docente de la Universidad Técnica Estatal de Quevedo

Teléfono: 0994016143

Ingeniera Jessica Ponce Ordoñez.

Docente de la Universidad Técnica Estatal de Quevedo

Teléfono: 0990999616

4.4. Estudio de mercado.

4.4.1. Situación del mercado.

El proyecto pretende cumplir con las necesidades basada en los problemas de salud que están presentes en los habitantes de la zona urbana del cantón La Maná por medio de la medicina alternativa, la misma que permite la restauración del cuerpo en la parte física y emocional de la persona con el tratamiento de diferentes terapias que están representadas por métodos, técnicos y sistemas naturales usados para el desarrollo de la salud y como prevención de enfermedades, por este motivo nace la idea de crear un centro terapéutico de biomagnetismo que cumpla con cada una de las expectativa de los futuros clientes, aunque existen lugares que ofrecen algunos servicios, pero que no satisfacen las necesidades de los clientes debido a una falta de diversificación de terapias como también instalaciones no adecuadas.

4.4.2. Mercado Objetivo.

El mercado objetivo se encuentra formado básicamente por los segmentos del mercado potencial, es decir personas de edades comprendidas entre 15 a 79 años que tengan un ingreso mensual estable y a su vez pertenezcan a la zona urbana del cantón La Maná, a continuación se especifica la característica del perfil que debe tener el cliente.

Cuadro 6: Características en el perfil esperado del cliente para el plan de negocios en la creación de un centro terapéutico de Biomagnetismo en el cantón La Maná año 2014.

Criterios de Segmentación	Categorías
	Geográfica

Conductual	
Beneficios Esperados:	Seguir continuamente el tratamiento
Nivel de Lealtad:	Medio-Bajo
Tasa de uso:	Frecuentes y Potenciales
Región:	Sierra-Cotopaxi-La Maná
Tipo de Población:	Población Urbana
Tipo de Clima:	Hay tres estaciones de clima cálido, templado y frío con una temperatura anual de 20° C
Superficie:	655,65 km ²
Demográfica	
Ingreso:	Básico-Medio-Alto
Edad:	15 a 79 años
Sexo:	Masculino/Femenino
Estado Civil:	Cualquiera
Religión:	Cualquiera
Psicográfica	
Clase Social:	Alta-Media-Baja
Personalidad:	Positiva-Entusiastas-Ganas de restaurar su salud
Estilo de Vida:	Trabajador

Elaboración: Autora.

4.4.3. Necesidades del mercado.

La creación de un centro terapéutico de biomagnetismo es un servicio nuevo en el mercado, por este motivo a través de un estudio de mercado se ha podido conocer las preferencias de los clientes potenciales.

Por medio de este estudio conocemos que el servicio tiene una aceptación del 89,9% en los habitantes de la zona urbana del cantón La Maná, lo cual permite observar que se necesita publicidad y promociones para tener más acogida y posicionamiento en el mercado.

4.4.4. Definición del servicio.

El servicio estará conjuntamente compartido en tres procesos: diagnóstico, plan de trabajo (tratamiento a seguir) y ejecución (aplicación del tratamiento), es decir que tendremos el asesoramiento de un especialista responsable para establecer el problema o la necesidad presente en el cliente, quien explicará de manera clara y específica el plan de trabajo, es decir el tratamiento a seguir y por ende a realizar, esto básicamente con la finalidad de brindarle al cliente la seguridad y satisfacción a sus necesidades, de una forma rápida y garantizada, con el fin de que el cliente se sienta seguro, relajado y tranquilo.

El centro terapéutico de Biomagnetismo ofrece los siguientes servicios:

➤ **Terapias Médicas alternativas.**

- ✓ Terapias de Biomagnetismo.
- ✓ Terapias de Reflexología.
- ✓ Terapia de Reiki.
- ✓ Terapias de Flores de Bach.
- ✓ Masajes Terapéuticos.
- ✓ Baños de Cajón.

4.4.4.1. Características de los servicios, beneficios y contraindicaciones.

Biomagnetismo

Imagen 11: Paciente en terapia de biomagnetismo.



Elaboración: Autora.

➤ **Características.**

El biomagnetismo es una terapia que forma parte de la medicina alterativa la que se caracteriza porque el terapeuta primero realiza un rastreo general que le permite identificar los síndromes o enfermedades, que pueden ser microbiológicos, disfuncionales, traumáticos, tóxicos, genéticos entre otros, para poder conseguir un diagnóstico y luego colocar el imán negativo (-), hasta encontrar el otro punto donde haga resonancia el imán positivo (+), la cantidad de imanes colocados en el cuerpo depende de las enfermedades descubiertas, el tiempo promedio solo de la colocación de los imanes sobre el paciente es de 10 a 15 minutos, pero el tratamiento completo es máximo de una hora.

➤ **Beneficios.**

- ✓ No produce daño ni efectos colaterales graves.
- ✓ Mitiga el dolor y la inflamación.
- ✓ Estimula los tejidos.
- ✓ Aumenta la circulación sanguínea e incrementa el oxígeno en los tejidos.
- ✓ Acelera la rehabilitación.
- ✓ Produce curaciones a enfermedades llamadas incurables.
- ✓ Mejora las condiciones de vida.
- ✓ Procedimiento preventivo de las enfermedades, mucho antes de su manifestación.
- ✓ Diagnósticos precisos ante ciertas patologías de su origen básico.
- ✓ Proporciona la salud, al mantener el equilibrio y la armonía.
- ✓ De muy fácil manejo y aplicación.
- ✓ De muy bajo precio.

➤ **Contraindicaciones.**

- ✓ Precaución con pacientes que tengan en su cuerpo: materiales electromagnéticos como marcapasos, desfibriladores automáticos, ni dispositivos eléctricos internos.
- ✓ No poner los imanes directamente sobre la piel lacerada, infectada, fracturas expuestas, quemaduras, heridas.
- ✓ Pacientes en terapia intensiva conectados con equipos que los imanes puedan afectar el funcionamiento.
- ✓ Pacientes que han recibido quimioterapia antes de un año.
- ✓ Si se produce agravamiento de heridas o dolencias, no se utilizó el polo correcto.
- ✓ Evitar tener imanes de mediana intensidad cerca de computadores, discos, memory flash, tarjetas magnetizadas, cintas de video, casete, CD, DVD, y otros dispositivos que utilicen un sistema de grabación o lectura magnética, se puede alterar o borrar la información.
- ✓ Evitar poner los primeros meses del embarazo.

Reflexología

Imagen 12: Paciente en terapia de reflexología.



Elaboración: Autora.

➤ **Características.**

La reflexología es una terapia que se realiza a través de la manipulación en zonas reflejas que se encuentra determinadas en mapas de pies y manos, para este tratamiento el terapeuta debe tener un buen ambiente ya sea colocando música de relajación, una vez que el paciente se encuentre cómodo existe una conversación para luego tener un conocimiento de los problemas que presente el paciente, de esta manera se podrá aplicar el masaje de forma delicada y firme

a la vez, permitiendo disminuir y activar las distintas funciones del organismo, creando alivios a las tensiones del cuerpo, y serenando la parte emocional del paciente, como también rencontrándose a nivel espiritual, este tipo de tratamiento no tiene ninguna interrupción con lo que respecta a otras terapias que desarrolle el paciente y su duración es de máximo una hora.

➤ **Beneficios.**

- ✓ Crea alivio en los dolores de espalda o cabeza, problemas circulatorios, problemas digestivos, problemas de agotamiento, problemas de depresión, ansiedad, miedos, problemas de insomnio, problemas de estrés, problemas de nervios entre otros.
- ✓ Crea relajación.
- ✓ Impresión como que realiza un masaje en todo el cuerpo.
- ✓ Ayuda al sistema inmunológico.
- ✓ Ayuda al cuerpo para recuperarse o prepararse sea este una intervención quirúrgica.
- ✓ A los niños les ayuda en el desarrollo, calma la hiperactividad.
- ✓ Ayuda en la vejez a remplazar células agotadas.

➤ **Contraindicaciones.**

- ✓ No aplicar el tratamiento en caso de enfermedades crónicas que se encuentre bajo supervisión médica.
- ✓ Aplicar el tratamiento dos horas antes o después de haber ingerido alimentos.
- ✓ No realizar masajes en zonas reflejas del aparato genital cuando este menstruando.
- ✓ No aplicar durante el embarazo.
- ✓ No realizar el tratamiento en enfermedades con estado febril elevado, dolencias fuertes, hemorragias, y enfermedades de tipo infecciosas.

- ✓ No aplicar a los pacientes que tengan cáncer y que exista el peligro de metástasis debido a que puede transmitirse a otras partes del organismo.
- ✓ No se puede aplicar en las glándulas sexuales a los jóvenes que estén en la pubertad.
- ✓ No aplicar masaje en la zona exista hongos, heridas, llagas o cualquier otro tipo de erupción.
- ✓ No presionar si existe callosidad.
- ✓ No masajear si existe inflamación de venas, ganglios y vasos linfáticos.

Reiki

Imagen 13: Paciente en terapia de Reiki.



Elaboración: Autora.

➤ **Características.**

El Reiki en el lenguaje de los japoneses significa la energía vital, es una terapia a nivel energético la misma que funciona a nivel mental, físico y emocional, para realizar este tratamiento el terapeuta tiene una conversación con el paciente haciendo varias preguntas para tener una perspectiva y saber si el problema es emocional físico o mental, después de tener una idea clara procede a transmitirle sus energías Reiki al paciente, como se manifiesta en las otras terapias también debe tener un ambiente agradable en el cual el paciente se sienta relajado y la energía que le es transmitida fluya con tranquilidad la sesión tiene una duración promedio de una hora, luego que allí recibido la terapia es recomendable tomar agua despacio.

➤ **Beneficios.**

- ✓ El tratamiento ayuda en pacientes depresivos, con tristeza, bloqueo, quienes tienen alteración en su carácter, desánimo entre otras.
- ✓ Permite mejorar todo tipo de alteración en la salud física (insomnio, migraña, alergias entre otras).
- ✓ Ayuda a disminuir el cansancio.
- ✓ Eleva el sistema inmunológico.
- ✓ Ayuda en la aceleración en casos de cicatrización y recuperación, ya sea de operación u otras condiciones de enfermedad.
- ✓ Colabora con la disminución de los efectos secundarios que se producen por los medicamentos.
- ✓ Elimina todos los residuos químicos (corticoides, quimioterapias, entre otras).
- ✓ Ayuda a las demás terapias permitiendo una recuperación rápida.

➤ **Contraindicaciones.**

- ✓ En caso que el paciente sufra de hipertensión o problemas cardiacos no aplicar directamente el Reiki sobre la zona del corazón.
- ✓ En cuestión de higiene no se debe tocar la herida abierta se debe aplicar Reiki a unos centímetros de distancia para evitar contagio.
- ✓ No aplicar sobre un hueso fracturado, primero debe un profesional recolocar el hueso.
- ✓ En caso de pacientes con quemaduras no aplicar hasta que el dolor disminuya y aun así evitar el contacto directo.
- ✓ En las personas que se hayan realizado algún trasplante de órgano e injerto, no se puede aplicar hasta que el cuerpo allá aceptado el trasplante.

Flores de Bach (esencias flores)

Imagen 14: Esencia flores para el tratamiento.



Elaboración: Autora.

➤ **Características.**

Es un tipo de terapia que se realiza a través de esencias florales, este tratamiento está orientado específicamente a la parte emocional, porque si no se las controla a tiempo o se hace un tratamiento, esto producirá la enfermedad en el cuerpo físico, pueden ser ingeridas por cualquier persona, el tratamiento consiste en una entrevista con el terapeuta para conocer a fondo que problemas tiene a nivel emocional mental o físico, luego procederá a dar un tratamiento en base a las esencias flores que necesite para equilibrar su estado emocional, este tratamiento tiene una duración máxima de una hora.

➤ **Beneficios.**

- ✓ Al realizar el tratamiento este funciona en las emociones negativas, permitiendo desarrollar un bienestar personal, restaurando la salud física.
- ✓ Las flores de Bach pueden asociarse y ayudar a las otras terapias.
- ✓ Ayudan a las personas con problemas de estrés, miedo, inseguridad, incertidumbre y sentimiento de culpa.
- ✓ Ayuda a renovar la confianza.
- ✓ Formar parte como auxiliar en tratamientos psicoterapéuticos.
- ✓ Es recomendado para las personas en búsqueda de desarrollo y las personas que desean sanar emociones específicas.

➤ **Contraindicaciones.**

Esta terapia no tiene contraindicaciones, lo que puede ocurrir en algunos casos es algo que se considera una crisis curativa, es decir los pacientes pueden tener las siguientes sintomatologías:

- ✓ Un incremento leve del problema que el paciente padece al inicio del tratamiento, el mismo que pasara rápidamente con el transcurso de los días.
- ✓ Provoca consecuencias emocionales de llanto sin causa aparente que el paciente no puede controlar, también puede ser risa, ansiedad, euforia, sueño e insomnio.
- ✓ También suele ocasionar una repulsión por ciertas cosas o situaciones.
- ✓ El deseo de estar en un lugar apartado o tranquilo.
- ✓ En la parte física provoca (cansancio físico, pérdida de apetito, falta de energía, malestar, dolor de cabeza, diarrea entre otras).

Masaje Terapéutico

Imagen 15: Paciente se sesión de masaje terapéutico.



Elaboración: Autora.

➤ **Características.**

El masaje terapéutico se trata de una terapia manual que permite equilibrar el cuerpo de las diferentes tensiones como el estrés, siendo la principal alteración física o psíquica, esta terapia tiene como finalidad relajar el cuerpo, el terapeuta mantiene una conversación con el paciente el mismo que le explicará todas sus dolencias, luego de eso el terapeuta tiene una idea clara de que maniobras aplicar en las áreas específicas y que aceites, aromas utilizar, para esto se puede colocar una música de relajación para que el paciente tenga armonía y que los

resultados sean exitosos, estos tratamientos puede ser preventivos, el tiempo de duración es de una hora.

➤ **Beneficios.**

- ✓ Esta terapia ayuda en el aumento de los glóbulos rojos y blancos.
- ✓ Sirve como estimulante que libera la endorfina, que ayuda a combatir los dolores y dejando un sensación de bienestar.
- ✓ El masaje ayuda a disminuir la grasa si se aplica una dieta equilibrada y con un poco de ejercicio.
- ✓ Permite reducir el estrés.
- ✓ El masaje combate la depresión con también los estados de ánimo negativos.
- ✓ Alivia los dolores de cabeza provocados por las tenciones, y también los dolores musculares de la espalda.
- ✓ Crea un tipo de relajación profunda.
- ✓ Ayuda a mejorar los movimientos y dolores articulares.
- ✓ Ayuda a incrementar la energía.
- ✓ Ayuda a relajar la mente y a su vez reduce la ansiedad.

➤ **Contraindicaciones.**

- ✓ No pueden recibir la terapia personas con traumas o lesiones osteomusculares y articulares (esguinces, fracturas, desgarres entre otras).
- ✓ Si en ese momento tiene infecciones virales como gripe, fiebre entre otras.
- ✓ Cuando las personas tienen alteraciones en los tejidos como masas o relieves.
- ✓ Si tiene heridas en la piel no puede aplicar el tratamiento.
- ✓ Si la persona ha sufrido de lesiones vasculares (trombosis, varices flebitis entre otras).
- ✓ No pueden realizar el tratamiento las personas que se encuentra bajo los efectos de alcohol o droga.

- ✓ Las personas que tienen artritis en estado agudo.
- ✓ No se puede aplicar la terapia si ingerido alimento debe esperar de una a dos horas.
- ✓ Si existe la presencia de una hernia o cualquier otro tipo de inflamación no recibir la terapia.
- ✓ Si existe alteraciones neurológicas.
- ✓ Personas con una diabetes no controlada.
- ✓ Las embarazas en el primer trimestre.
- ✓ Quienes tengan afecciones tumorales.
- ✓ Las personas que tengan problemas en el sistema inmunológico (cáncer, VIH o SIDA).

Baños de Cajón

Imagen 16: Paciente recibiendo terapia de baño de cajón.



Elaboración: Autora.

➤ **Características.**

Los baños de cajón forman parte de las terapias alternativas llamado también termoterapia, en esta terapia el paciente ingresa a un cubículo personalizado el mismo que tiene un orificio en la parte superior para mantener la cabeza afuera y recibir aire fresco, una vez adentro recibirá un baño de vapor completo en todo el cuerpo que tiene una duración de veinte minutos, el vapor contiene hierbas medicinales, luego se hacen baños de contraste con agua fría cada 10 minutos,

esto en un periodo de tres tiempos, el terapeuta puede poner algo de música de relajación para que el paciente se sienta tranquilo, la terapia dura una hora.

➤ **Beneficios.**

- ✓ Esta terapia reduce los niveles de estrés.
- ✓ Permite incrementar la energía.
- ✓ Ayuda a bajar de peso como también las hinchazones.
- ✓ Regula la digestión, el colesterol.
- ✓ Permite recuperar el sueño de una manera natural.
- ✓ Ayuda en el proceso metabólico.
- ✓ Tiene un gran beneficio en la circulación sanguínea.
- ✓ Ayuda a un mayor aporte linfático a los tejidos ayudando al PH sanguíneo.
- ✓ En la parte muscular crea una relajación.
- ✓ Ayuda abrir los poros.
- ✓ Sirve como antiinflamatorio.

➤ **Contraindicaciones.**

- ✓ No recibir el baño de vapor en caso de embarazo.
- ✓ Si el paciente tiene problemas de presión arterial o algún otro tipo de enfermedad cardiovascular.
- ✓ No aplicar la terapia si se padece de venas varicosas.
- ✓ Si sufre de dermatitis o algún problema de vasodilatación.
- ✓ No es recomendable en casos de tener problemas bronquial grave, epilepsia o anorexia.
- ✓ Los adultos mayores deben estar acompañados durante el baño ya que es un poco riesgoso.
- ✓ El paciente no puede recibir la terapia si tiene el estómago lleno o tiene hambre, para esto se recomienda aplicar el tratamiento dos horas después de haber comido.
- ✓ No puede recibir el baño de cajón alguien que este agitado.

- ✓ Es recomendable que el paciente beba dos vasos de agua antes y después de la terapia.

4.4.5. Análisis de la Demanda.

Para los servicios que se desea ofrecer en el centro terapéutico de biomagnetismo se ha realizado una investigación que permite tener una perspectiva de la demanda potencial. El objetivo primordial de la demanda potencial es saber que clientes están dispuestos a recibir nuestro servicio.

Para conocer la demanda potencial se toma en consideración el resultado de la pregunta N° 5 de la encuesta, ¿Si existirá en el Cantón La Maná un Centro Terapéutico usted utilizaría sus servicios?, el resultado fue que el 89,9% respondió que sí está dispuesto a visitar dicho lugar y recibir los servicios que se ofrezcan.

Parámetro de medición.

Fórmula de la demanda potencial:

$$\text{Donde } Q = n * p * q$$

Q= demanda potencial.

n= es el número de posibles visitantes para un mismo tipo de servicio en un determinado mercado.

p=es el precio promedio del servicio.

q=cantidad promedio del servicio.

Desarrollo de la formula.

$$Q = n * p * q$$

Cuadro 7: Porcentaje de aceptación del servicio, para la creación de un centro terapéutico de biomagnetismo en el cantón La Maná.

¿Si existirá en el Cantón La Maná un Centro Terapéutico usted utilizaría sus servicios?		
Alternativa	Valor Absoluto	Valor Relativo
SI	337	89,90%
NO	38	10,10%
Total	375	100,00%

Elaboración: Autora.

Población objetiva del mercado 15.700, aceptación del servicio 89,9%.

Número de posibles visitantes.

$$n = 15.700 \times 89,9\%$$

$$n = 14.114 \text{ Clientes}$$

Cuadro 8: Porcentaje de aceptación de precio por cada terapia.

Precios de cada servicio	Porcentaje
\$10,00 – \$15,00	88,90%
\$15,00 - \$20,00	10,90%
\$20,00 - \$25,00	0,20%
Total	100,00%

Elaboración: Autora.

Precio promedio de cada servicio.

$$p = \$ 12,50$$

Cantidad promedio.

$q = 12$ Esto significa que el cliente visitará el centro terapéutico 1 veces al mes

$$Q = 14.114 \times \$12,50 \times 12$$

$$Q = 2'117.100,00$$

Para saber la demanda de un producto o servicio se divide la cantidad demandada en dólares para el precio promedio del producto.

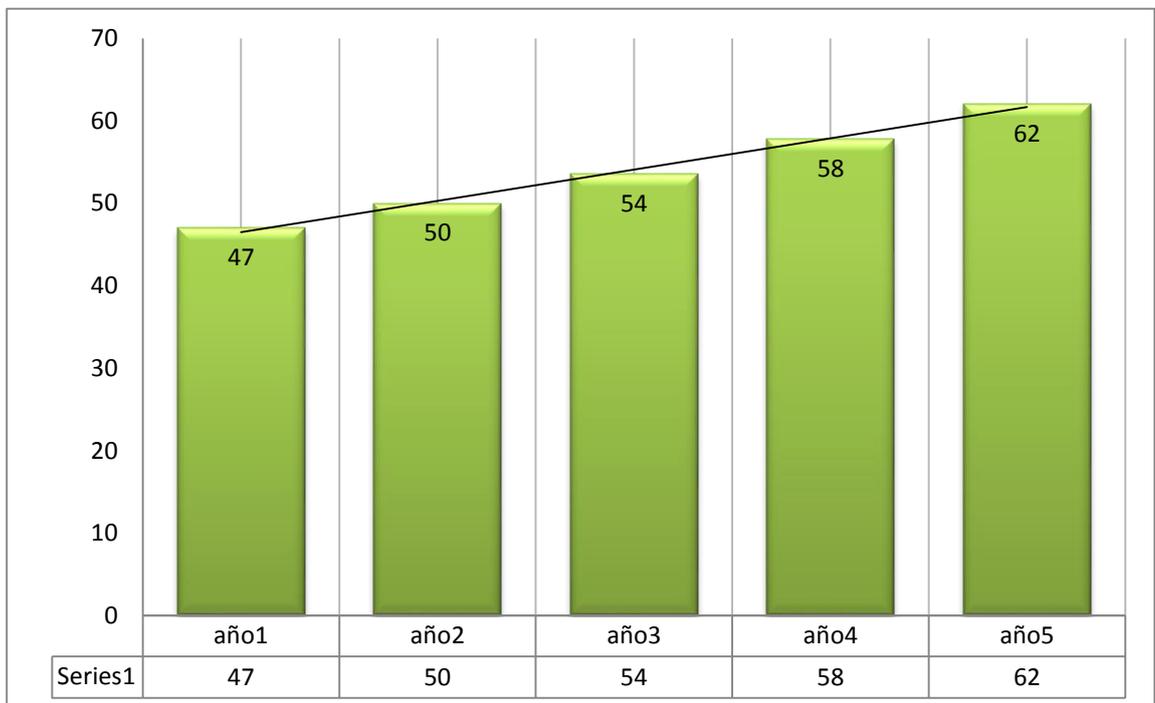
$$Q = \frac{\$2.117.100,00}{\$12,50} = 169.368 \text{ Clientes}$$

4.4.6. Análisis de la oferta.

Tomando en consideración la información obtenida indica que el 88,90% de las personas encuestadas están dispuestas a pagar \$10 a \$15 por cada terapia, teniendo en cuenta la calidad del servicio, la forma de atención, la higiene del lugar, las comodidades de las instalaciones y estableciendo una capacidad de atención, para iniciar el negocio se piensa captar el 10% de la demanda potencial.

Es decir que el pronóstico de oferta y demanda del primer año de operación será de 16.937 clientes anualmente, por lo tanto se atenderá a 47 personas, estimando tener un crecimiento del 7% anual de la demanda en los primeros cinco años de participación del negocio en el mercado.

Gráfico 21: Crecimiento del 5% anual de la demanda en los primeros cinco años



Elaboración: Autora.

4.4.7. Análisis del Precio.

Para realizar el proceso de fijación del precio, se ha establecido un promedio entre \$10,00 - \$15,00 del precio del servicio teniendo como resultado \$12,50.

Cuadro 9: Fijación de precio de las terapias por día, mes y por año para la creación de un centro terapéutico de Biomagnetismo en el cantón La Maná.

Estimación de Precio					
Servicio	Precio mínimo	Precio Máximo	Precio Promedio	Número de Sesiones	Precio Total Sesiones
Terapia de Biomagnetismo	\$ 10,00	\$ 15,00	\$ 12,50	10	\$ 125,00
Terapia de Reflexología	\$ 10,00	\$ 15,00	\$ 12,50	7	\$ 87,50
Terapia de Reiki	\$ 10,00	\$ 15,00	\$ 12,50	7	\$ 87,50
Terapia de Flores de Bach	\$ 10,00	\$ 15,00	\$ 12,50	3	\$ 37,50
Masajes Terapéuticos	\$ 10,00	\$ 15,00	\$ 12,50	7	\$ 87,50
Baños de Cajón	\$ 10,00	\$ 15,00	\$ 12,50	13	\$ 162,50
Total				47	\$587,50

Elaboración: Autora.

4.4.8. Análisis de la competencia.

El análisis de la competencia será evaluada según los criterios sobre la calidad de su servicio, sus precio y sus instalaciones, a través de una escala del 1 al 5 (sobresaliente, muy satisfactorio, bueno, aceptable, e inaceptable).

Cuadro 10: Análisis de la competencia del centro terapéutico de biomagnetismo en el cantón La Maná, año 2014.

Principales Competidores		

Criterios	Centro Terapéutico de Biomagnetismo	Centro de Hidroterapia "Hnos. Yandu"	Patronato del Cantón La Maná	Osmedic al Center
Calidad/servicio	2	3	4	5
Precio	3	4	4	4
Instalaciones	1	5	5	3
Total	6	12	12	12

Elaboración: Autora.

Evaluación en una escala del 1 al 5:

1= Sobresaliente

2= Muy Satisfactorio

3= Bueno

4= Aceptable

5= Inaceptable

4.4.8.1. Estrategias con los competidores.

Las ventajas competitivas del centro terapéutico de biomagnetismo será dar un servicio de calidad especializado y garantizado, instalaciones adecuadas, buena higiene, precios accesibles, y una excelente atención al cliente dándole a conocer cada servicio.

Cuadro 11: Estrategias del centro terapéutico de biomagnetismo con los competidores directos en el cantón La Maná, año 2014.

Criterios	Centro de Hidroterapia "Hnos. Yandu"	Patronato del Cantón La Maná	Osmedical Center
Ventajas Significativas del Centro Terapéutico con respecto a:	Servicio Especializado/Instalaciones de Primera/Excelente Atención/Diversificación de Servicios	Servicio Especializado/Instalaciones de Primera/Excelente Atención/Diversificación de Servicios	Servicio Especializado/Instalaciones de Primera/Excelente Atención/Diversificación de Servicios
Clientes de la Competencia	Clientes	Clientes	Clientes
	Parroquia el Triunfo	Parroquia La Maná y El Carmen	Parroquia La Maná y El Carmen

Debilidades de la Competencia	Instalaciones en Mal estado/Mala Atención	Instalaciones en Mal estado	Precios Muy elevados/Mala Atención
Fortalezas de la Competencia	Buen Precio	Precios Baratos	Variedad de Equipos

Elaboración: Autora.

4.4.9. Análisis FODA.

Cuadro 12: Matriz FODA

<p>Posibles Fortalezas</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Prestar un servicio de calidad. ✓ Diversificación de los servicios. ✓ Contratar profesionales con experiencia. ✓ Equipos en buen estado. ✓ Capacitación constante. 	<p>Oportunidades Reales</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Índice elevado de enfermedades por causas del estrés. ✓ La población busca tener un bienestar físico, mental y emocional. ✓ Alta demanda de la población por estos servicios.
<p>Posibles Debilidades</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Inexperiencia en el mercado por ser una empresa nueva. ✓ Tener un precio alto en relación al de la competencia. 	<p>Amenazas Reales</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Incrementos de los insumos. ✓ Oposición del ministerio de salud para legalizar centros de terapéuticos.

Elaboración: Autora.

4.4.10. Promoción de publicidad para dar a conocer los servicios.

4.4.10.1. Publicidad.

Las actividades que se consideran para el proceso de promoción de los servicios que ofrece el centro terapéutico de biomagnetismo en el cantón La Maná son los siguientes:

- Anunciar a través de la radio la apertura.
- Repartir volantes y folletos.
- Informar a través de los clasificados en internet.
- Colocar un letrero publicitario en el local.

Cuadro 13: Gasto anual de la publicidad para el servicio que brindará el centro terapéutico de biomagnetismo en el cantón La Maná, año 2014.

Gastos de Publicidad		
Medios de promoción y publicidad	Gastos anuales esperados (dólares)	Porcentaje sobre el presupuesto total para promoción
Anuncios en radio	\$ 8.064,00	78%
Volantes (2000) y Folletos (1000)	\$ 1.250,00	12%
Internet	\$ 850,00	8%
Malla publicitaria	\$ 175,00	2%
Total	\$ 10.339,00	100%

Elaboración: Autora.

4.4.10.2. Promoción.

El centro terapéutico de biomagnetismo pone a disposición de los clientes las siguientes promociones:

- ✓ Se entregara cupones de descuento el día de la inauguración con el 10% de descuento por cada tratamiento, también se le realizara una evaluación sin costo.
- ✓ Si el cliente va con un acompañante se cobrara solo por uno, y si va solo por primera vez tiene un descuento del 50%.
- ✓ Se crearan cupones para entregar a los clientes cuando realizan tratamiento continuo, en donde al reunir 15 cupones tendrán la opción de recibir una terapia de baño de cajón sin costo.

- ✓ Se hará un descuento especial cuando se realiza la terapia a toda la familia.

4.5. Estudio técnico.

Para poner en marcha la idea de negocio es necesario realizar esta otra parte del estudio porque permite conocer los aspectos técnicos tales como: la ubicación donde se creará el centro terapéutico de biomagnetismo, la cantidad de equipos que se necesita, como también los costos.

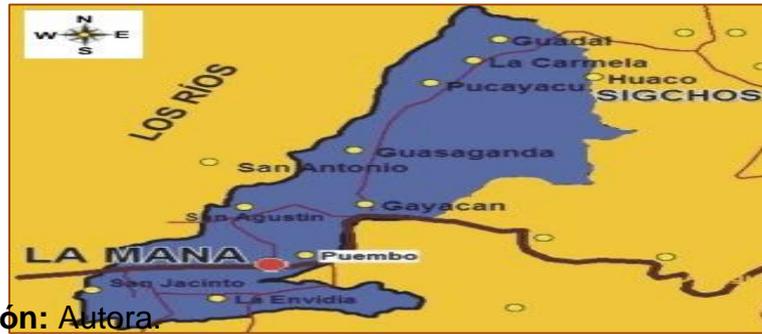
4.5.1. Localización del proyecto.

La localización nos permite tener un amplio conocimiento y determinar la ubicación correcta para el centro terapéutico de biomagnetismo, como también tener un mejor funcionamiento, considerando la estrategia de ubicación como un muy aspecto importante para el comienzo de todo negocio.

4.5.1.1. Macro localización.

El cantón La Maná está ubicado en los estribos de la cordillera occidental de los Andes, perteneciente a la provincia de Cotopaxi, se encuentra limitando al norte con la parroquia Alluriquín, perteneciente al cantón Santo Domingo, al sur con el río Calope, al este con la parroquia La Esperanza que pertenece al cantón Pujilí y Sigchos, y al oeste con el cantón Valencia y Quinsaloma que forman parte de la provincia de Los Ríos, su temperatura media anual es de 23° C, considerando que los meses marzo y abril la temperatura oscila entre 28° a 30° C es decir sube, y en el mes de julio su temperatura baja a 24° C.

Imagen 17: Ubicación del Cantón La Maná.



Elaboración: Autora.

4.5.2. Micro localización.

El centro terapéutico de biomagnetismo estará localizado en el cantón La Maná, en la Avd. 19 de Mayo y Eugenio Espejo diagonal al Tía donde se alquilaran dos locales para la instalación del negocio.

Imagen 18: Ubicación Satelital del centro terapéutico de biomagnetismo.



Elaboración: Autora.

4.5.3. Razones de la ubicación.

El centro terapéutico de biomagnetismo estará ubicado en la avenida principal por ser el lugar donde más transita la población, siendo esta una de las principales razones y estrategias de ubicación además de contar con los servicios básicos para el respectivo cumplimiento en cada área de las terapias.

4.5.4. Estructura física.

En los locales que se arrendara para el centro terapéutico de biomagnetismo se realizaran algunas adecuaciones para que las distintas áreas de terapias tengan

un buen ambiente y se lleve a cabo el servicio con éxito logrando satisfacer al cliente, las mismas que estarán distribuidas de la siguiente manera:

- **Oficinas Administrativas.**
 - ✓ Gerencial.
 - ✓ Administrativa y Contable.
 - ✓ Recepción.

- **Áreas de los servicios.**
 - ✓ Terapia de Biomagnetismo.
 - ✓ Terapia de Reflexología.
 - ✓ Terapia de Reiki.
 - ✓ Baños de Cajón.
 - ✓ Masajes Terapéuticos.
 - ✓ Área de Flores de Bach.

- **Bodega para los utensilios.**
 - ✓ Limpieza
 - ✓ Mantenimiento.

Imagen 19: Diseño físico del centro terapéutico en 2d



Elaboración: Autora.

Imagen 20: Diseño físico del centro terapéutico en 3d



Elaboración: Autora.

4.5.5. Nombre del negocio.

Por la actividad que desarrollara y por decisión de la propietaria del negocio se constituirá con el nombre Centro Terapéutico de Biomagnetismo Abril S.A.

4.5.6. Logotipo.

El logotipo que se describe a continuación sirve para identificar el negocio y dar a conocer a habitantes del cantón La Maná su creación.

Imagen 21: Logotipo del centro terapéutico de biomagnetismo.



Elaboración: Autora.

4.5.7. Slogan.

El centro terapéutico de biomagnetismo cuenta con el siguiente slogan:

“Cuida tu Salud y Vive el Día a Día”

4.5.8. Visión.

April Center será en el año 2018 un centro terapéutico de biomagnetismo líder en el área de terapias alternativas en el Ecuador ayudando a mejorar la calidad

de vida con los más altos estándares de salud beneficiando a la población ecuatoriana.

4.5.9. Misión.

April Center es un centro terapéutico de biomagnetismo con personal especializado y debidamente capacitado en terapias alternativas creando confianza en nuestros clientes lo que permite mejorar la salud.

4.5.10. Costos de los requerimientos de insumos para los servicios.

4.5.10.1. Costo de los requerimientos de productos para los distintos servicios.

El centro terapéutico de biomagnetismo necesita de los siguientes materiales e insumos para el cumplimiento de sus servicios sean garantizados y se efectúen con éxito.

Cuadro 14: Costos de los requerimientos de insumos para cada servicio.

Costos de los Insumos				
	Descripción	Cantidad	Costo Unitario	Total
Baños de Cajón	Hierbas medicinales	864	\$ 1,07	\$ 924,48
Masajes Terapéuticos	Aceite extracto de manzanilla	72	\$ 7,50	\$ 540,00
	Aceite extracto de romero	72	\$ 7,50	\$ 540,00
	Aceite extracto de ruda	72	\$ 7,50	\$ 540,00
	Aceite extracto flor de limón	72	\$ 7,50	\$ 540,00
	Aceite extracto flor de maracuyá	72	\$ 7,50	\$ 540,00
Terapia de Biomagnetismo	Aceite corporal	35	\$ 19,00	\$ 665,00

Terapia de Reflexología	Aceite corporal	35	\$ 19,00	\$ 665,00
Terapia de Reiki	Crema Relajante corporal	35	\$ 25,00	\$ 875,00
Terapia Flores de Bach	Crema y esencia flores de bach	34	\$ 9,00	\$ 306,00
	Kit 40 florales de bach	4	\$ 275,00	\$ 1.100,00
	Aguardiente	20	\$ 1,50	\$ 30,00
Inversión total de los insumos para los servicio				\$ 7.265,48

Elaboración: Autora

4.5.10.2. Costo de los requerimientos de servicios generales, suministros de limpieza y útiles de oficina.

- **Servicio básico.**

Para poder determinar el valor de los servicios básicos como energía eléctrica, agua potable, telefonía e internet se consideró investigar en negocios similares, los mismos que manifestaron tener el siguiente costo, en energía eléctrica \$35,00, agua potable \$3,00 mensualmente y en telefonía e internet \$25,00, estimando que el centro terapéutico de biomagnetismo tendrá los siguientes costos.

Cuadro 15: Costo de los requerimientos de servicios básicos.

DESCRIPCION	COSTO MENSUAL	COSTO ANUAL
Luz	\$ 111,00	\$ 1.332,00
Agua	\$ 3,00	\$ 48,00
Teléfono e internet	\$ 35,00	\$ 420,00
Total	\$ 149,00	\$ 1.800,00

Elaboración: Autora.

- **Suministro de limpieza.**

Cuadro 16: Costo de los requerimientos de suministro de limpieza.

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTOS ANUAL
Jabón líquido	27	\$ 2,45	\$ 66,15
Detergente	2	\$ 7,27	\$ 14,54
Papel Higiénico	12	\$ 20,00	\$ 240,00

Cloro	12	\$ 5,83	\$ 69,96
Basurero MIBA Hogar	7	\$ 9,60	\$ 67,20
Escobas	20	\$ 2,00	\$ 40,00
Trapeador	15	\$ 2,63	\$ 39,45
Desinfectante	9	\$ 9,68	\$ 87,12
Guantes	24	\$ 3,19	\$ 76,56
Aromatizante Eléctrico	9	\$ 5,85	\$ 52,65
Total Suministros de Limpieza			\$ 753,63

Elaboración: Autora

- **Requerimiento de útiles de oficina.**

Cuadro 17: Costo de los requerimientos de útiles de oficina.

Útiles de Oficina			
Descripción	Cantidad	Costo Unitario	Costo Anual
Grapadora	10	\$ 2,50	\$ 25,00
Perforadora	10	\$ 1,75	\$ 17,50
Corrector	10	\$ 1,25	\$ 12,50
Resma	10	\$ 21,00	\$ 210,00
Sellos	4	\$ 12,00	\$ 48,00
Tijeras	9	\$ 1,45	\$ 13,05
Facturas	4	\$ 8,00	\$ 32,00
Folders	100	\$ 7,00	\$ 700,00
Esteros	100	\$ 5,45	\$ 545,00
Total Suministros de Oficina			\$ 1.603,05

Elaboración: Autora.

4.5.10.2.1. Servicios generales.

Cuadro 18: Costo de los insumos y servicios generales.

Insumos y servicios generales	
Servicios básicos	\$ 1.800,00
Suministro de limpieza	\$ 753,63
Suministro de oficina	\$ 1.603,05
Total	\$ 4.156,68

Elaboración: Autora.

4.5.10.3. Costo del requerimiento de obra física.

El centro terapéutico de biomagnetismo funcionara en dos locales que tendrán un costo mensual de \$500,00 es decir que el costo anual en arriendo de local será de \$6000,00.

Cuadro 19: Costos de obra física

Adecuaciones para el centro terapéutico de biomagnetismo en el cantón La Maná			
Av. 19 de Mayo y Eugenio Espejo			
Descripción	Cantidad	Precio Unitario	Precio
CIINTA TEFLON 12MMX10MT	5	\$ 0,31	\$ 1,55
UNION UNIV RR PP 1/2"	5	\$ 0,98	\$ 4,90
UNION RH PP 1/2"	8	\$ 0,49	\$ 3,92
TUBO PP RR 1/2" 1MT	24	\$ 1,69	\$ 40,56
INODORO EDESA CAMPEON B BLANCO	2	\$ 50,53	\$ 101,06
LAVAMANO EDESA CHELSEA PE BLANDO	2	\$ 31,24	\$ 62,48
URINARIO COLBY PLUS BL	2	\$ 52,13	\$ 104,26
DUCHA FV TELEF EURO STYLE CROMO	4	\$ 31,24	\$ 124,96
SET CORTINERO 3/4"X3 BLANCO	5	\$ 10,70	\$ 53,50
SET CORTINERO 3/4"X2 BLANCO	5	\$ 8,03	\$ 40,15
BROCHA 5" SOYODA MANGO NATURAL	4	\$ 2,49	\$ 9,96
PUERTA DUROLAC HAYA 0.60X2MT	7	\$ 27,22	\$ 190,54
BATIENTE 3.1/2 ESPESOR	7	\$ 14,20	\$ 99,40
JAMBAS JUEGO LAUREL 5CMX5MT	7	\$ 6,60	\$ 46,20
CERRADURA POMO REDON DORMIT BR ANTE	7	\$ 8,03	\$ 56,21
LAMPARA FLUORESC PANTALLA 2X32	7	\$ 19,63	\$ 137,41
LATEX FERRISARIATO CREMA	4	\$ 3,00	\$ 12,00

LATEX INTERVINIL GL LIMA MODERN	4	\$ 1,00	\$ 4,00
MAESTRO ALBAÑIL	1	\$ 175,00	\$ 175,00
AYUDANTES	2	\$ 75,00	\$ 150,00
Total			\$ 1.418,06

Elaboración: Autora.

4.5.10.4. Costo del requerimiento de equipos y maquinarias.

Cuadro 20: Costos para el requerimiento de equipos y maquinarias.

Requerimiento de maquinaria y equipo			
Descripción	Cantidad	Costo Unitario	Total
Equipo Baños de Cajón de madera (instalación y asesoramiento)	4	\$ 150,00	\$ 600,00
Toalla Aloquette Verde Cala	40	\$ 11,03	\$ 441,20
Toalla de mano Bouc Ecrú	40	\$ 4,28	\$ 171,20
Camillas de Madera	9	\$ 135,00	\$ 1.215,00
Kit 6 Colchonetas Expresión corporal	5	\$ 29,64	\$ 148,20
Vibrador para masajes corporales	3	\$ 67,00	\$ 201,00
Masajeador Delfín Martillo	3	\$ 24,99	\$ 74,97
Kit de imanes 10 pequeños y 10 grandes	2	\$ 380,00	\$ 760,00
Masajeador Eléctrico tipo Delfín Infrarroja, 3 percutores	3	\$ 19,99	\$ 59,97
Silla plegable	20	\$ 26,70	\$ 534,00
Banco cervicero	4	\$ 9,91	\$ 39,64
Cortina de Baño beige	20	\$ 5,80	\$ 116,00
Balanza 26.5x24cm	6	\$ 8,92	\$ 53,52
Dispensador de agua mediano	1	\$ 31,16	\$ 31,16
Sábanas Blancas de 1/2 plaza	1302	\$ 5,50	\$ 7.161,00
Total Maquinaria y Equipo			\$ 11.606,86

Elaboración: Autora.

4.5.10.5. Costo del requerimiento de equipos de oficina.

Cuadro 21: Costos para el requerimiento de los equipos de oficina.

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	TOTAL
Computadoras	4	\$ 800,00	\$ 3.200,00
Impresora Multifuncional	1	\$ 360,00	\$ 360,00
Teléfono portero eléctrico 2 servicios	2	\$ 31,24	\$ 62,48
Total equipo de oficina			\$ 3.622,48

Elaboración: Autora.

4.5.10.6. Costo del requerimiento de muebles y enseres.

Cuadro 22: Costos para el requerimiento de los equipos de oficina.

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	TOTAL
Mostrador de madera color avellana	1	\$ 450,00	\$ 450,00
Silla oficina giratoria negra	7	\$ 32,13	\$ 224,91
Centro entretenimiento	1	\$ 25,89	\$ 25,89
Repicero deko sencillo nogal	1	\$ 80,35	\$ 80,35
Escritorio ejecutivo cerezo	9	\$ 97,32	\$ 875,88
Soporte matisse 7" Blanco	7	\$ 5,79	\$ 40,53
Repisa briko 60x20 haya	7	\$ 4,28	\$ 29,96
Total equipo de oficina			\$ 1.727,52

Elaboración: Autora.

4.6. Estudio organizacional.

El estudio especifica la forma legal de constitución del negocio, la organización, el grado de responsabilidad y la autoridad. También establece el requerimiento del personal con el cargo correspondiente, su función y costo que determina la contratación del personal.

4.6.1. Aspecto legal.

El Centro Terapéutico de Biomagnetismo estará constituido como sociedad anónima para lograr atraer a posibles inversionistas interesados en el negocio.

4.6.2. Valores organizacionales.

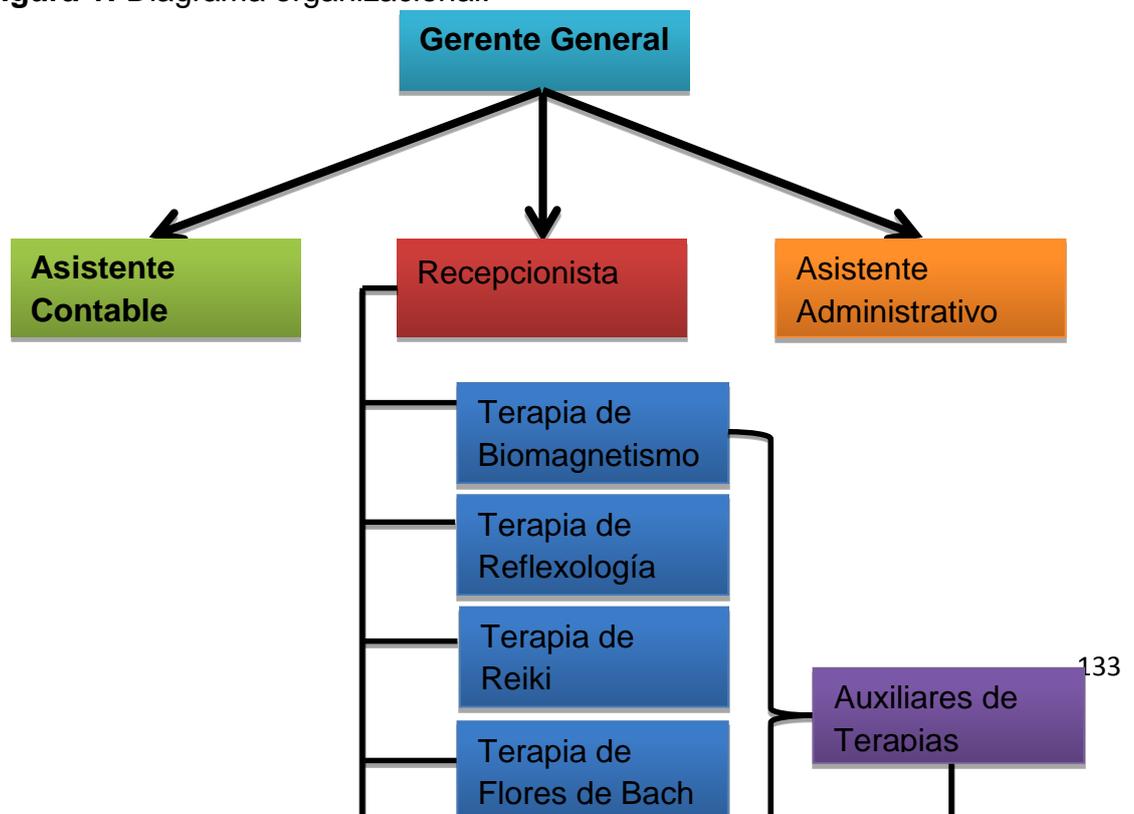
El pilar fundamental para todo negocio es la cultura, consiente en dar orientación a quienes forman parte del negocio, para lograr dar posible soluciones y proceder de manera eficiente.

El centro terapéutico de biomagnetismo contara con los siguientes valores y principios:

- Respeto.
- Calidez.
- Responsabilidad.
- Honestidad.
- Innovación.
- Participación.
- Excelencia.

4.6.3. Estructura organizacional.

Figura 1: Diagrama organizacional.



Elaboración: Autora.

4.6.4. Requerimiento de personal y costo.

El equipo de trabajo con el que contará el centro terapéutico de biomagnetismo, tiene las siguientes remuneraciones.

Cuadro 23: Costos del personal para el primer año de operación en el centro terapéutico de biomagnetismo año 2014.

CARGO	No. de personal	Sueldo mensual	Sueldo anual proporcional	IESS (11,35%-9,35%) mensual	IESS (11,35%-9,35%) anual	Décimo tercero sueldo	Décimo cuarto sueldo	Vacaciones	Total a recibir anual
Gerente	1	\$ 700,00	\$ 8.400,00	\$ 79,45	\$ 953,40	\$ 700,00	\$ 354,00	\$ 350,00	\$ 8.850,60
Asistente Administrativo	1	\$ 440,00	\$ 5.280,00	\$ 49,94	\$ 599,28	\$ 440,00	\$ 354,00	\$ 220,00	\$ 5.694,72
Asistente Contable	1	\$ 440,00	\$ 5.280,00	\$ 49,94	\$ 599,28	\$ 440,00	\$ 354,00	\$ 220,00	\$ 5.694,72
Recepcionista	1	\$ 389,00	\$ 4.668,00	\$ 36,37	\$ 436,46	\$ 389,00	\$ 354,00	\$ 194,50	\$ 5.169,04
Terapeuta Biomagnetismo	1	\$ 440,00	\$ 5.280,00	\$ 49,94	\$ 599,28	\$ 440,00	\$ 354,00	\$ 220,00	\$ 5.694,72
Terapeuta Reflexología	1	\$ 440,00	\$ 5.280,00	\$ 49,94	\$ 599,28	\$ 440,00	\$ 354,00	\$ 220,00	\$ 5.694,72
Terapeuta Reiki	1	\$ 440,00	\$ 5.280,00	\$ 49,94	\$ 599,28	\$ 440,00	\$ 354,00	\$ 220,00	\$ 5.694,72
Terapeuta Flores de Bach	1	\$ 440,00	\$ 5.280,00	\$ 49,94	\$ 599,28	\$ 440,00	\$ 354,00	\$ 220,00	\$ 5.694,72
Masajes Terapéuticos	1	\$ 440,00	\$ 5.280,00	\$ 49,94	\$ 599,28	\$ 440,00	\$ 354,00	\$ 220,00	\$ 5.694,72
Baños de Cajón	1	\$ 440,00	\$ 5.280,00	\$ 49,94	\$ 599,28	\$ 440,00	\$ 354,00	\$ 220,00	\$ 5.694,72
Auxiliares Terapeutas	6	\$ 389,00	\$ 28.008,00	\$ 218,23	\$ 15.712,49	\$ 14.004,00	\$ 354,00	\$ 7.002,00	\$ 33.655,51
Encargado de limpieza	1	\$ 389,00	\$ 4.668,00	\$ 36,37	\$ 436,46	\$ 389,00	\$ 354,00	\$ 194,50	\$ 5.169,04
Total	17								\$ 98.401,96

Elaboración: Autora.

4.7. Estudio económico y financiero.

Este estudio permite conocer la inversión para la creación del centro terapéutico de biomagnetismo, identificar los flujos de efectivo y los estados financieros para poder deducir el movimiento económico que tiene la empresa.

4.7.1. Inversión en activo fijo.

Cuadro 24: Inversión en activos fijos.

Activo Fijos	
Descripción	Valor
Arriendo	\$ 6.000,00
Adecuación	\$ 1.418,06
Maquinaria y Equipo	\$ 11.606,86
Equipos de oficina	\$ 3.622,48
Muebles y enseres	\$ 1.727,52
Subtotal	\$ 24.374,92
Imprevisto 2% del Total de Activo Fijo	\$ 487,50
Total Activo Fijo	\$ 24.862,42

Elaboración: Autora.

4.7.1.1. Depreciación de activos fijos

Cuadro 25: Depreciación de activo fijo.

Artículos	Costo de adquisición	Vida útil en años	Depreciación anual relativa	Depreciación anual en dólares
Adecuación del local	\$ 1.418,06	20	5%	\$ 70,90
Maquinaria y Equipo	\$ 11.606,86	3	3%	\$ 348,21
Equipos de Oficina	\$ 3.622,48	3	3%	\$ 108,67
Muebles y enseres	\$ 1.727,52	10	10%	\$ 172,75
TOTAL				\$ 700,54

Elaboración: Autora.

4.7.2. Inversión en activos diferidos.

Cuadro 26: Inversión en activos diferidos

Activo Diferido	
DESCRIPCION	VALOR
Gasto de constitución	\$ 1.500,00
Gastos de ejecución	\$ 900,00
Subtotal	\$ 2.400,00
Imprevisto 5% del Total de Activo Fijo	\$ 120,00
Total Activo Fijo	\$ 2.520,00

Elaboración: Autora.

4.7.3. Capital de trabajo.

Para determinar el capital de trabajo del centro terapéutico de biomagnetismo, es necesario realizar el cálculo de desfase, considerando la suma de los costos involucrados dentro del proyecto como son la materia prima, el costo de la mano de obra y los gastos de operación acompañado con los días de desfase, utilizando la siguiente fórmula:

$$ICT = \frac{Ci}{365} * n_d$$

En donde:

ICT= Inversión en Capital de Trabajo.

Ci= Costos Involucrados o Costos Anual.

N_d = Número de días de desfase (30).

Cuadro 27: Costo Involucrados

Costos involucrados	
Costos involucrados	Valor
Insumos para los servicios	\$ 7.265,48
Talento Humano	\$ 98.401,96
Insumos y servicios generales	\$ 4.156,68
Publicidad	\$ 10.339,00
Total de costos involucrados	\$ 120.163,12

Elaboración: Autora.

$$ICT = \frac{120.131,12}{365} * 30$$

$$ICT = 9.873,79$$

Por consiguiente la inversión en capital de trabajo es de 9.873,79 dólares.

4.7.4. Inversión del proyecto.

Cuadro 28: Inversión total del proyecto para el primer año.

Inversión	Valor	Valor Inversión Total
I. Activo Fijo		\$ 24.862,42
Arriendo	\$ 6.000,00	
Adecuación	\$ 1.418,06	
Maquinaria y Equipo	\$ 11.606,86	
Equipos de oficina	\$ 3.622,48	
Muebles y enseres	\$ 1.727,52	
Imprevisto	\$ 487,50	
II. Activo Diferido		\$ 2.520,00
Gasto de constitución	\$ 1.500,00	
Gastos de Ejecución	\$ 900,00	
Imprevisto	\$ 120,00	
III. Capital de Trabajo		\$ 9.873,79
Capital de Trabajo	9.873,79	
Total inversión del proyecto		\$ 37.256,21

Elaboración: Autora.

4.7.5. Financiamiento de inversión.

Teniendo en cuenta el valor de la inversión total para llevar a cabo el plan de negocio se procederá a realizar un préstamo en el Banco de Guayaquil el monto será de \$40.000,00, con una tasa de interés del 11,89% anual, para 5 años la forma será en cuotas mensuales como se detalla a continuación.

Cuadro 29: Amortización del préstamo bancario para la creación del centro terapéutico de biomagnetismo.

Periodo	Días	Saldo	Capital	Interés	Dividendo
0		\$ 40.000,00			-\$ 40.000,00
1	30	\$ 39.333,33	\$ 666,67	\$ 374,33	\$ 1.041,00
2	30	\$ 38.666,67	\$ 666,67	\$ 368,09	\$ 1.034,76
3	30	\$ 38.000,00	\$ 666,67	\$ 361,86	1,028,52
4	30	\$ 37.333,33	\$ 666,67	\$ 355,62	1,022,28
5	30	\$ 36.666,67	\$ 666,67	\$ 349,38	1,016,04
6	30	\$ 36.000,00	\$ 666,67	\$ 343,14	1,009,81
7	30	\$ 35.333,33	\$ 666,67	\$ 336,90	1,003,57
8	30	\$ 34.666,67	\$ 666,67	\$ 330,66	\$ 997,33
9	30	\$ 34.000,00	\$ 666,67	\$ 324,42	\$ 991,09
10	30	\$ 33.333,33	\$ 666,67	\$ 318,18	\$ 984,85
11	30	\$ 32.666,67	\$ 666,67	\$ 311,94	\$ 978,61
12	30	\$ 32.000,00	\$ 666,67	\$ 305,71	\$ 972,37
13	30	\$ 31.333,33	\$ 666,67	\$ 299,47	\$ 966,13
14	30	\$ 30.666,67	\$ 666,67	\$ 293,23	\$ 959,89
15	30	\$ 30.000,00	\$ 666,67	\$ 286,99	\$ 953,66
16	30	\$ 29.333,33	\$ 666,67	\$ 280,75	\$ 947,42
17	30	\$ 28.666,67	\$ 666,67	\$ 274,51	\$ 941,18
18	30	\$ 28.000,00	\$ 666,67	\$ 268,27	\$ 934,94
19	30	\$ 27.333,33	\$ 666,67	\$ 262,03	\$ 928,70
20	30	\$ 26.666,67	\$ 666,67	\$ 255,79	\$ 922,46
21	30	\$ 26.000,00	\$ 666,67	\$ 249,56	\$ 916,22
22	30	\$ 25.333,33	\$ 666,67	\$ 243,32	\$ 909,98
23	30	\$ 24.666,67	\$ 666,67	\$ 237,08	\$ 903,74
24	30	\$ 24.000,00	\$ 666,67	\$ 230,84	\$ 897,51
25	30	\$ 23.333,33	\$ 666,67	\$ 224,60	\$ 891,27
26	30	\$ 22.666,67	\$ 666,67	\$ 218,36	\$ 885,03
27	30	\$ 22.000,00	\$ 666,67	\$ 212,12	\$ 878,79
28	30	\$ 21.333,33	\$ 666,67	\$ 205,88	\$ 872,55
29	30	\$ 20.666,67	\$ 666,67	\$ 199,64	\$ 866,31
30	30	\$ 20.000,00	\$ 666,67	\$ 193,41	\$ 860,07
31	30	\$ 19.333,33	\$ 666,67	\$ 187,17	\$ 853,83
32	30	\$ 18.666,67	\$ 666,67	\$ 180,93	\$ 847,59
33	30	\$ 18.000,00	\$ 666,67	\$ 174,69	\$ 841,36
34	30	\$ 17.333,33	\$ 666,67	\$ 168,45	\$ 835,12
35	30	\$ 16.666,67	\$ 666,67	\$ 162,21	\$ 828,88
36	30	\$ 16.000,00	\$ 666,67	\$ 155,97	\$ 822,64
37	30	\$ 15.333,33	\$ 666,67	\$ 149,73	\$ 816,40
38	30	\$ 14.666,67	\$ 666,67	\$ 143,49	\$ 810,16

39	30	\$ 14.000,00	\$ 666,67	\$ 137,26	\$ 803,92
40	30	\$ 13.333,33	\$ 666,67	\$ 131,02	\$ 797,68
41	30	\$ 12.666,67	\$ 666,67	\$ 124,78	\$ 791,44
42	30	\$ 12.000,00	\$ 666,67	\$ 118,54	\$ 785,21
43	30	\$ 11.333,33	\$ 666,67	\$ 112,30	\$ 778,97
44	30	\$ 10.666,67	\$ 666,67	\$ 106,06	\$ 772,73
45	30	\$ 10.000,00	\$ 666,67	\$ 99,82	\$ 766,49
46	30	\$ 9.333,33	\$ 666,67	\$ 93,58	\$ 760,25
47	30	\$ 8.666,67	\$ 666,67	\$ 87,34	\$ 754,01
48	30	\$ 8.000,00	\$ 666,67	\$ 81,11	\$ 747,77
49	30	\$ 7.333,33	\$ 666,67	\$ 74,87	\$ 741,53
50	30	\$ 6.666,67	\$ 666,67	\$ 68,63	\$ 735,29
51	30	\$ 6.000,00	\$ 666,67	\$ 62,39	\$ 729,06
52	30	\$ 5.333,33	\$ 666,67	\$ 56,15	\$ 722,82
53	30	\$ 4.666,67	\$ 666,67	\$ 49,91	\$ 716,58
54	30	\$ 4.000,00	\$ 666,67	\$ 43,67	\$ 710,34
55	30	\$ 3.333,33	\$ 666,67	\$ 37,43	\$ 704,10
56	30	\$ 2.666,67	\$ 666,67	\$ 31,19	\$ 697,86
57	30	\$ 2.000,00	\$ 666,67	\$ 24,96	\$ 691,62
58	30	\$ 1.333,33	\$ 666,67	\$ 18,72	\$ 685,38
59	30	\$ 666,67	\$ 666,67	\$ 12,48	\$ 679,14
60	30	\$ 0,00	\$ 666,67	\$ 6,24	\$ 672,91
			\$ 40.000,00	\$ 11.417,17	\$ 51.417,17

Elaboración: Autora.

4.7.6. Total de costos operacionales.

Cuadro 30: Costo operacional.

Descripción	Costos durante el Primer Año De Operación
Inventario	\$ 7.265,48
Costo Personal de la empresa	\$ 98.401,96
Costo variable	\$ 105.667,44
Renta	\$ 6.000,00
Publicidad	\$ 10.339,00
Herramientas y Equipos	\$ 19.313,54
Servicios básicos	\$ 1.800,00
Subtotal costo fijo	\$ 37.452,54
Total	\$ 143.119,98

Elaboración: Autora.

4.7.7. Proyección de venta.

El centro terapéutico de biomagnetismo durante el primer año de prestación de servicios considera la siguiente estimación en sus ingresos.

Cuadro 31: Proyección de Ingreso.

Descripción	Promedio Del PVP	Cantidad de servicios	Total de Ingresos por Venta
Proyección Optimista de Ingresos	\$ 12,50	32256	322.560,00
Proyección Pesimista de Ingresos	\$ 12,50	13536	169.200,00

Elaboración: Autora.

4.7.8. Estado de pérdidas y ganancias.

El centro terapéutico de biomagnetismo en el primer año presenta la siguiente ganancia.

Cuadro 32: Estado de pérdidas y ganancias.

Estado de Pérdidas y Ganancias		
Ingresos		Totales
Ventas	\$ 169.200,00	
Total ingresos		\$ 169.200,00
Egresos		
Costo de Insumos	\$ 7.265,48	
Arriendos pagados	\$ 6.000,00	
Sueldos y salarios	\$ 98.401,96	
Pago de capital más interés de préstamo	\$ 12.080,27	
Depreciación de activos	\$ 700,54	
Total egresos		\$ 124.448,24
Utilidad del ejercicio		\$ 44.751,76
Reparto de utilidades		
Participación 15% trabajadores	\$ 6.712,76	
Utilidad después de trabajadores	\$ 38.038,99	
Impuesto a la renta 22%	\$ 8.368,58	
Utilidad Neta		\$ 29.670,42

Elaboración: Autora.

4.7.9. Flujo de Efectivo.

El plan de negocio indica el flujo de efectivo para el primer año funcionamiento del centro terapéutico de biomagnetismo.

Cuadro 33: Flujo de Efectivo del año 1.

Flujo de Efectivo	
Descripción	Flujo De Efectico
Ingreso	\$ 169.200,00
Recursos personales	\$ 9.873,79
Préstamo bancario	\$ 40.000,00
Total ingreso	\$ 219.073,79
Costos variables	\$ 105.667,44
Costo de constitución	\$ 1.500,00
Costos fijos	\$ 37.452,54
Capital e Intereses por prestamos	\$ 12.080,27
Total egresos	\$ 156.700,25
Flujo operacional	\$ 62.373,54
Participación de trabajadores	\$ 6.712,76
Impuesto a la renta	\$ 8.368,58
Flujo neto de efectivo	\$ 47.292,20

Elaboración: Autora.

4.7.10. Punto de Equilibrio.

El punto de equilibrio nos permite establecer un valor para que el centro terapéutico de biomagnetismo no gane ni pierda, técnica que estudia la relación entre costos fijos, costos variables y beneficios es decir que las ventas generadas sean iguales entre costos y gastos donde exista utilidad cero, la fórmula para calcular el punto de equilibrio es la siguiente:

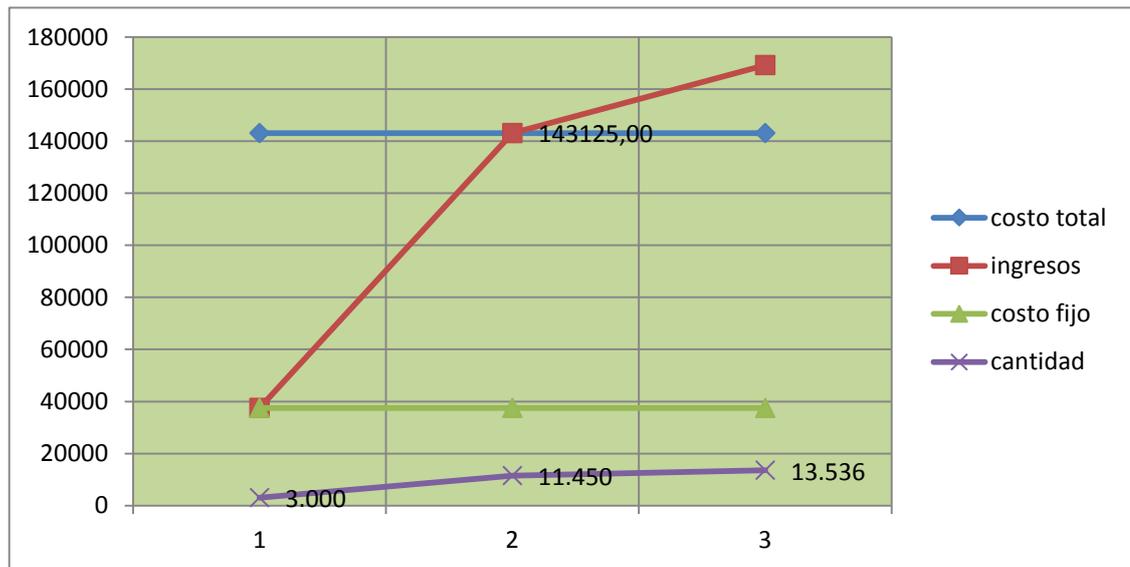
$$PE = \frac{COSTO FIJO}{PVP - COSTO VARIABLE UNITARIO}$$

Cuadro 34: Punto de Equilibrio.

Cantidad	Precio del servicio	Costo fijo	Costo variable	Costo total	Ingresos	Utilidad o Perdida
3.000	\$ 12,50	\$ 37.452,54	\$ 10.5667,44	\$ 14.3119,98	\$ 37.500,00	\$ 10.5619,98
11.450	\$ 12,50	\$ 37.452,54	\$ 10.5667,44	\$ 14.3119,98	\$ 143.125,00	\$ 5,02
13.536	\$ 12,50	\$ 37.452,54	\$ 10.5667,44	\$ 14.3119,98	\$ 169.200,00	\$ 26.080,02

Elaboración: Autora.

Gráfico 22: Punto de Equilibrio.



Elaboración: Autora.

4.7.11. Ingresos mensuales del año 1.

Cuadro 35: Ingresos mensuales del primer año.

Tipo de ingresos	Ingreso Mensual												Total
	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	
Terapia de Biomagnetismo	\$ 3.900,00	\$ 3.900,00	\$ 3.900,00	\$ 3.900,00	\$ 3.900,00	\$ 3.900,00	\$ 3.900,00	\$ 3.900,00	\$ 3.900,00	\$ 3.900,00	\$ 3.900,00	\$ 3.900,00	\$ 46.800,00
Terapia de Reflexología	\$ 3.000,00	\$ 3.000,00	\$ 3.000,00	\$ 3.000,00	\$ 3.000,00	\$ 3.000,00	\$ 3.000,00	\$ 3.000,00	\$ 3.000,00	\$ 3.000,00	\$ 3.000,00	\$ 3.000,00	\$ 36.000,00
Terapia de Reiki	\$ 2.100,00	\$ 2.100,00	\$ 2.100,00	\$ 2.100,00	\$ 2.100,00	\$ 2.100,00	\$ 2.100,00	\$ 2.100,00	\$ 2.100,00	\$ 2.100,00	\$ 2.100,00	\$ 2.100,00	\$ 25.200,00
Terapia Flores de Bach	\$ 2.100,00	\$ 2.100,00	\$ 2.100,00	\$ 2.100,00	\$ 2.100,00	\$ 2.100,00	\$ 2.100,00	\$ 2.100,00	\$ 2.100,00	\$ 2.100,00	\$ 2.100,00	\$ 2.100,00	\$ 25.200,00
Masajes Terapéuticos	\$ 2.100,00	\$ 2.100,00	\$ 2.100,00	\$ 2.100,00	\$ 2.100,00	\$ 2.100,00	\$ 2.100,00	\$ 2.100,00	\$ 2.100,00	\$ 2.100,00	\$ 2.100,00	\$ 2.100,00	\$ 25.200,00
Baños de Cajón	\$ 900,00	\$ 900,00	\$ 900,00	\$ 900,00	\$ 900,00	\$ 900,00	\$ 900,00	\$ 900,00	\$ 900,00	\$ 900,00	\$ 900,00	\$ 900,00	\$ 10.800,00
Total													\$ 169.200,00

Elaboración: Autora.

4.8. Índice de evaluación.

4.8.1. Determinación de la tasa de descuento.

La tasa de descuento nos permite actualizar los flujos de efectivos proyectados, es la medida de rentabilidad mínima, considerando el factor riesgo para que se obtenga la rentabilidad, por eso se la denomina tasa mínima aceptable de rendimiento, sirve para poder obtener la tasa interna de retorno (TIR) y el valor actual neto (VAN), por lo que se aplica la siguiente fórmula:

$$TMAR = \%Tasa Activa Efectiva Referencial BCE + \%Riesgo País + \%De Inflación.$$

Cuadro 36: Indicadores económicos.

Tasa Activa Efectiva Referencial BCE = 11,16% Productivo PYMES
Riesgo país = 5,63%
Inflación = 4,05%

Fuente: (Banco Central del Ecuador, 2015).

Elaboración: Autora.

$$TMAR = 11,16\% + 5,63\% + 4,05\%.$$

$$TMAR = 20,84\%.$$

$$TMAR = 0,2084.$$

4.8.2. Valor actual neto.

Cuadro 37: Valor Actual Neto.

VAN					
Flujo de Fondos					
Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
-\$ 37.256,21	\$ 47.292,20	-\$ 151,20	\$ 747,21	\$ 1.645,61	\$ 2.544,00
Tasa de Descuento					20,84%
VAN					\$ 41.215,22

Elaboración: Autora.

El cuadro refleja el valor neto después de recuperar la inversión, al ser esta positiva demuestra que el plan de negocio es rentable y también nos indica la ganancia actual que es de \$41.215,22.

4.8.3. Tasa Interna de retorno.

Para realizar el cálculo se considera los flujos de efectivos proyectados, la tasa de descuento, teniendo como resultado que la tasa interna de retorno del plan de negocio es de 31,96% lo que indica que es superior a la tasa de descuento 20,84%, es decir que el negocio es aceptable.

Cuadro 38: Tasa Interna de Retorno.

TIR					
Flujo de Fondos					
Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
-\$ 37.256,21	\$ 47.292,20	-\$ 151,20	\$ 747,21	\$ 1.645,61	\$ 2.544,00
Tasa de Descuento					20,84%
Tasa interna de retorno = 31,96%					31,96%

Elaboración: Autora.

4.8.4. Periodo de recuperación de la inversión.

Cuadro 39: Periodo de Recuperación de la Inversión.

Cálculo Del PRI					
Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
-37.256,21	\$ 47.292,20	-\$ 151,20	\$ 747,21	\$ 1.645,61	\$ 2.544,00
Flujo de fondo acumulado	\$10.035,99	\$9.884,79	\$10.632,00	\$12.277,61	\$14.821,61

Elaboración: Autora.

El cuadro nos muestra que el primer año de operación el negocio recuperará la inversión realizada.

CAPITULO V
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1. Conclusiones.

Luego de haber realizado el análisis de los resultados de la encuesta a los habitantes de la zona urbana del cantón La Maná y a través de la investigación podemos llegar a las siguientes conclusiones:

Para la creación del centro terapéutico de biomagnetismo en el cantón La Maná se toma en consideración el análisis de la demanda potencial el mismo que refleja una demanda de 169.368 clientes anuales, para la identificación de la oferta se considera 89,9% de aceptación de precio el mismo que está en un rango de \$10 a \$15, por medio de la estimación del precio se establece que el valor del servicio será de \$12,50, para iniciar el negocio se piensa captar el 10% de la demanda potencial teniendo como resultado 16.937 clientes.

La creación del estudio técnico y organizacional permite establecer la localización y los costos que intervienen en la creación del centro terapéutico de biomagnetismo en el cantón la Maná, como también conocer cada una de las obligaciones y responsabilidades del personal que labora en las distintas áreas mediante el establecimiento del nivel jerárquico.

El estudio económico y financiero determina que el plan de negocio es viable debido a que cuenta con una tasa interna de retorno (TIR) de 31,96% considerando que es un negocio rentable, el valor actual neto (VAN) de proyección a 5 años es de \$ 41.215,22, y el periodo de recuperación de la inversión refleja que se recupera la inversión en el primer año de operación.

5.2. Recomendaciones.

Tomando en consideración el análisis del negocio se realiza las siguientes recomendaciones:

En la creación del centro terapéutico es necesario establecer un precio estimado entre \$10 a \$15 para que el negocio sea rentable y esté al alcance económico de los habitantes del cantón La Maná. Es importante contar con un personal debidamente capacitado para lograr satisfacer las necesidades del cliente.

Para alcanzar la factibilidad del negocio es necesario contar con un estudio técnico que permita establecer una ubicación estratégica consiguiendo satisfacer las necesidades de los clientes por medio de una buena atención, instalaciones en buen estado, entre otros.

Es importante captar la atención de inversionistas que permitan expandirse en el mercado, ofreciendo servicios de calidad por medio del conocimiento de la medicina alternativa.

CAPITULO VI
BIBLIOGRAFÍA

6.1. Literatura Citada

6.1.1. Bibliografía.

Alarte, J. M. (2011). El Par Biomagnético Salud y Bienestar. Madrid, España.

Andreewiez Biriukov, A. (2010). Masaje Deportivo (Cuarta ed.). Barcelona, España: Paidotribo.

Baca Urbina, G. (2010). Evaluación de Proyectos (Sexta ed.). (M. T. Zapata Terrazas, Ed.) México: Mc Graw Hill.

Baker, D. (2013). El Aura Humano. España: Crisalide.

Baker, J. (2013). 50 cosas que hay que saber sobre Física Cúantica. Ariel.

Bosch, L. (2010). Aprenda Reflexología el libro inicial (Primera ed.). Buenos Aires, Argentina: Grupo Imaginador de Ediciones.

Caballero, G., & Freijeiro, A. (2010). Dirección Estratégica de la PYME (Primera ed.). España.

Campi, G. (2008). REIKI Posiciones, Activaciones y Sanaciones (Primera ed.). Lima, Perú: MARBET S.A.C.

Ciscar Blasco, A., & González Pietro, A. M. (2010). Libro completo de los masajes. Madrid, España: Edaf S.L.

Corporacion Nacional Financiera. (1 de Agosto de 2011). Requisitos para la elaboracion del Proyecto o Plan de Negocio. Quito, Pichincha, Ecuador.

Davies, C., & Davies, A. (2009). Terapia de los puntos de activación (Segunda ed.). Málaga, España: Sirio S.A.

Diez Pascual, A. (2010). REIKI Qué es y Cómo Funciona. Barcelona: Publicacions I Edicions de la Universitat de Barcelona.

Equipo Editorial NOSTICA. (2012). Flores de Bach Curación Mediante Flores (Primera ed.). Lima: Nostica.

Espinoza Woters, T. (2011). Flores de la Cordillera de Los Andes Esencias Florales de Chile. Santiago de Chile: El Mundo de lo Natural.

Ferrero Vilariño, T. (2012). Un bulto en la mama. Barcelona, España: Ediciones Obelisco S.L.

Fritz, S. (2008). Fundamentos del Masaje Terapéutico (Primera ed.). Barcelo, España: Paidotribo.

- Galindo Ruiz, C. J. (2011). *Formulación y Evaluación de Planes de Negocio* (Primera ed.). (A. Gutiérrez, Ed.) Bogotá, Colombia: Ediciones de la U.
- Giannini, C., & Roani, R. (2008). *Diccionario de Restauracion y Diagnostico*. Donostia-San Sebastian, España: Nerea S.A.
- Gillanders, A. (2008). *Manual Completo de Reflexología*. Madrid, España: Edaf.
- Goiz Duran, I. (2010). Folleto de Biomagnetismo Médico. En I. Goiz Duran, *Promores de Salud* (págs. 11-12-18-19-20-21-22-23). Riobamba, Ecuador.
- Lerma Kirchner, A. E. (2010). *Desarrollo de nuevos productos* (Cuarta ed.). México: CENGAGE Learning.
- Lezaeta Acharan, M. (2008). *La Medicina Natural: al alcance de todos* (Segunda ed.). México: Pax México.
- Lezaeta Pérez, R. (2010). *La Salud po la Naturaleza* (Segunda ed.). México, México: Alfaomega S.A.
- Maite Seco, B. (2008). *Capial riesgo y fianciación*. (E. Ferro, Ed.) Fundación EOI.
- Marchelli, B. (2010). *Reflexología Aplicada* (Primera ed.). Buenos Aires, Argentina: ALBATROS SACI.
- Meza Orozco, J. D. (2010). *Evaluación Financiera de Proyectos* (Segunda ed.). (A. Sierra, Ed.) Bogotá, Colombia: Ecoe Ediciones.
- Miranda Miranda, J. J. (2010). *Gestión de Proyectos: Evaluación, Financiero, Económica, Social, Ambiental* (Quinta ed.). Bogotá, Colombia: MM Editores.
- Mitsuya, N. (2008). *Reflexología Teoria, Aplicación y Ejemplos* (Primera ed.). Lima, Perú: MIRBET S.A.C.
- Morales Gueto, J. (2008). *Técnoología de los materiales cerámicos*. Madrid: Diaz de Santo.
- Mourelle Mosquera, M. L., Mejjide Failde, R., Freire Magariños, A., Maraver Eyzaguirre, F., & Carretera León, M. I. (2009). *Técnia Hidrotermales y Estética del Bienestar*. Madrid, España: Paraninfo S.A.
- Muñiz González, L. (2010). *Guiá práctica para mejorar un Plan de Negocio*. Barcelona, España: Profit Editorial.
- Newton, D., & Couldwell, L. (2008). *El libro de la Magnetoterapia*. Londres, Inglaterra: SIRIOS S.A.

- Nuñez, I. (2010). Biomagnetismo: Magnetismo en la salud (Primera ed.). Lima, Perú: Ediciones Mirbet S.A.C.
- Nuñez, I. (2008). Hidroterapia Técnica, Aplicación y Ejercicios (Primera ed.). Lima, Perú: MIRBET S.A.C.
- Orozco, R., & Hernández Rosety, C. (2013). Flores de Bach Recursos y Estrategias Terapéuticas (Primera ed.). Barcelona, España: El Grano de Mostaza.
- Pancorbo, F. (2011). Corrosion, degradacion y envejecimiento de los materiales empleados en la edificación. Barcelona, Epaña: Marcombo.
- Pérez Martínez, G. (2013). Magnetoterapia salud de hierro con imanes. Buneos Aires, Argentina: EDICIONES LEA S.A.
- Santamaría Herranz, G., & Castejon Oliva, A. (2009). Electronia. Madrid, España: Editex.
- Sapag Chain, N. (2011). Proyecto de Inversión Formulación y Evaluación (Segunda ed.). (I. Fernandez Maluf, Ed.) Santiago de Chile, Chile: Pearson Educación.
- Sapag Chain, N., & Sapag Chain, R. (2010). Preparación y Evaluación de Proyectos (Cuarta ed.). (A. Brantes Hidalgo, Ed.) México: McGRAW-HILL INTERAMERICANA.
- Schmidt, S. (2011). Flores de Bach Restaura tu armonía interior (Segunda ed.). Barcelona, España: Hispano Europea.
- Schneider, E. (2010). Nuevo Estilo de Vida Salud por la Naturaleza (Segunda ed., Vol. II). Madrid: Editorial Safeliz.
- Schutt, K. (2008). Salud y Relajación Gracias al Masaje. Estados Unidos: Paidotribo.
- Storner, C. (2009). Reflexologia Podal (Tercera ed.). Barcelona, España: Paidotribo.
- Talavera, B. (2011). El Biomagnetismo puede curar todos tus males, aprende como hacerlo. Estados Unidos: Copyright.
- Varela Villegas, R. (2008). Innovación Empresarial (Segunda ed.). (O. Fernandez, Ed.) Bogota, Colombia: Prentice Hall.

6.1.2. Linkografía.

Analy. (26 de Junio de 2014). REIKI-DO Tenerife Asociación USUI. Recuperado el 6 de Marzo de 2015, de REIKI-DO Tenerife Asociación USUI: <http://www.reikidotenerife.org/beneficios-de-una-terapia-de-reiki/>

Asamblea Nacional Constituyente. (14 de Octubre de 2008). asambleablog.wordpress.com. Recuperado el 3 de Marzo de 2015, de asambleablog.wordpress.com: <https://asambleablog.wordpress.com/2008/10/14/derecho-al-ambiente-sano/>

Banco Central del Ecuador. (30 de Marzo de 2015). Banco Central Del Ecuador. Recuperado el 31 de Marzo de 2015, de Banco Central Del Ecuador: <http://www.bce.fin.ec/index.php/component/k2/item/754>

Banco Central del Ecuador. (s.f.). contenido banco central del ecuador. Recuperado el 1 de Abril de 2015, de contenido banco central del ecuador: <http://contenido.bce.fin.ec/docs.php?path=/documentos/Estadisticas/SectorMonFin/TasasInteres/Indice.htm>

Belmonte, D. (2014). David Belmonte. Recuperado el 6 de Marzo de 2015, de David Belmonte: <http://reikidavidbelmonte.com/es/manos/>

Boletín Jurídico de la Cámara de Comercio de Quito. (28 de Agosto de 2014). Revista Judicial derechoecuador.com. Recuperado el 7 de Febrero de 2015, de Revista Judicial derechoecuador.com: <http://www.derechoecuador.com/articulos/detalle/archive/doctrinas/derechosocietario/2014/08/08/constitucion-y-registro-de-companias-v-a-electr-nica>

Cantó, M. (29 de Junio de 2010). [Torrevieja.com](http://torrevieja.com). Recuperado el 9 de Marzo de 2015, de [Torrevieja.com](http://torrevieja.com): <http://www.torrevieja.com/es/cursos-y-talleres/taller-masaje-terapeutico-piernas-espalda-4766.html>

Cruz Ramírez, S. (3 de Octubre de 2008). monografias.com. Recuperado el 22 de Enero de 2015, de monografias.com: <http://www.monografias.com/trabajos35/plan-de-negocio/plan-de-negocio.shtml>

Fernandez Avila, E. (4 de Septiembre de 2012). Mantenimiento Electrico. Recuperado el 10 de Marzo de 2015, de Mantenimiento Electrico: <http://elberth90.blogspot.com/2012/09/curva-de-histeresis.html>

Fleitman, J. (Octubre de 2012). [GestioPolis](http://gestiopolis.com). Recuperado el 13 de Enero de 2015, de [GestioPolis](http://gestiopolis.com): <http://www.gestiopolis.com/canales/emprendedora/articulos/47/comoempezaremp.htm>

Gonzalez, R. (2014). Terapias Naturales-Equilibra tu Cuerpo, Mente y Esperitu. Recuperado el 6 de Marzo de 2015, de Terapias Naturales-Equilibra tu Cuerpo, Mente y Esperitu: <https://terapiasrosalina.wordpress.com/reflexologia-podal/>

Instituto Nacional de Estadística y Censo (INEC). (s.f.). Censo de Poblacional y Vivienda. Recuperado el 2 de Marzo de 2015, de Censo de Poblacional y Vivienda:

<http://redatam.inec.gob.ec/cgi-bin/RpWebEngine.exe/PortalAction?&MODE=MAIN&BASE=CPV2010&MAIN=WebServerMain.inl>

Izurita, G. (Mayo de 2008). GesioPolis. Recuperado el 4 de Febrero de 2015, de GesioPolis: <http://www.gestiopolis.com/canales8/fin/costos-de-produccion.htm>

López, M. (28 de Abril de 2012). librodieta. Recuperado el 9 de Marzo de 2015, de librodieta: <http://www.librodieta.com/beneficios-de-la-sauna/>

Luján, M. (28 de Junio de 2009). Los Tiempos. Recuperado el 6 de Marzo de 2015, de Los Tiempos: http://www.lostiempos.com/oh/actualidad/actualidad/20090628/biomagnetismo-una-terapia-alternativa_20106_31657.html

Marilia. (8 de Febrero de 2010). Mimándote. Recuperado el 9 de Marzo de 2015, de Mimándote: <http://www.mimandote.com/blog/salud-y-belleza/21828-balnearios-parte-3-hidroterapia-individual>

Ministerio de Salud Publica. (14 de Febrero de 2014). Ecuador ama la vida. Recuperado el 06 de Febrero de 2015, de Ecuador ama la vida: http://instituciones.msp.gob.ec/documentos/ac_00004712_2014_11_feb.pdf

Orozco, D. (5 de Mayo de 2011). ConceptoDefinición. Recuperado el 11 de Marzo de 2015, de ConceptoDefinición: <http://conceptodefinicion.de/ion/>

Raichich, M. (24 de Enero de 2014). IMANES. CL. Recuperado el 6 de Marzo de 2015, de IMANES. CL: <http://www.imanes.cl/>

Rando, K. (s.f.). Marketing-para-PYMES. Recuperado el 2 de Abril de 2015, de Marketing-para-PYMES: <file:///C:/Users/Tammy/Desktop/MARKETING-PARA-PYMES%20%E2%80%93%20KARINA%20RANDO%20%C2%B7%20Centro%20de%20terapias%20alternativas%20especializado%20en%20tratamientos,%20an%C3%A1lisis%20y%20equilibrios%20energ%C3%A9ticos..html>

Reyna, R. (4 de Febrero de 2014). SaludMedicinas. Recuperado el 10 de Marzo de 2015, de SaludMedicinas: <http://www.saludymedicinas.com.mx/centros-de-salud/salud-femenina/articulos/que-significa-ph.html>

S. M. (31 de Mayo de 2011). Cosmetologia. Recuperado el 9 de Marzo de 2015, de Cosmetologia: <http://cosmetologiasandra.blogspot.com/>

Sánchez, M. (20 de Mayo de 2012). Opinión. Recuperado el 9 de Marzo de 2015, de Opinión: <http://www.diariopinion.com/salud/verArticulo.php?id=825480>

Sedanda Nathanael, N. (28 de Diciembre de 2013). Blog Mundo Pymes. Recuperado el 2 de Marzo de 2015, de Blog Mundo Pymes: <http://mundopymes.net/el-negocio-de-los-centros-de-terapias-alternativas-como-ha-crecido-y-cuan-rentable-es/>

Silva, F. (27 de Abril de 2012). Magnetismo. Recuperado el 10 de Marzo de 2015, de Magnetismo: <http://pmtrmagnetismo.blogspot.com/search?q=gauss>

Soto Valencia, D. (4 de Abril de 2013). Tiempo Real. Recuperado el 6 de Marzo de 2015, de Tiempo Real: <http://www.tiemporeal.mx/nota/2927/>

studios. (Junio de 2011). Buenas tareas. Recuperado el 13 de Enero de 2015, de Buenas tareas: <http://www.buenastareas.com/ensayos/Funciones-y-Responsabilidades-Del-Personal-Dentro/2461809.html>

CAPITULO VII

ANEXOS

7.1. Cuestionario para las encuestas.

ENCUESTA PARA LA CREACIÓN DE UN CENTRO TERAPÉUTICO DE BIOMAGNETISMO.

OBJETIVO:

Determinar la aceptación de la creación de un Centro Terapéutico de Biomagnetismo para la población del Cantón La Maná

DATOS PERSONALES:

Datos personales												
Edad	18-23		24-29		30-35		36-41		42-47		48-53	
Nivel de INGRESOS (Dólares)	354- 500		500-800		800-1000		+1000					
Sector de su Domicilio												
Ocupación	Jubilado		Trabaja y Estudia		Empresario							
	Estudiante		Profesional		Ama de Casa							
	Empleado		Comerciante		No Labora							
Número de Integrantes en la Hogar	1-3 personas		3-5 personas		5-8 personas		+8 personas					

1. ¿Usted alguna vez ha asistido a un Centro Terapéutico?

Si ()

No ()

Si su respuesta fue “si”, por favor continúe respondiendo las siguientes preguntas. Si su respuesta fue “no”, pase a la pregunta 7.

2. ¿Cómo considera usted la ubicación de ese Centro Terapéutico?

Excelente ()

Bueno ()

Regular () Mala ()

3. De manera General, ¿Cómo considera usted la calidad en el servicio que le brindan?

Excelente () Bueno ()

Regular () Mala ()

4. ¿Cómo considera usted los precios de los servicios que recibe en ese Centro Terapéutico?

Muy caro () Buen Precio ()

Caros () Baratos ()

5. ¿Cómo considera usted las instalaciones del Centro Terapéutico que visita?

Excelente () Bueno ()

Regular () Mala ()

6. ¿Con que frecuencia usted visita ese Centro Terapéutico?

1 o 2 veces a la semana () Cada 15 días ()

Por pedido medico () Cada mes ()

7. ¿Por qué motivo usted no ha asistido a un centro terapéutico?

Desconocimiento () Precio altos ()

Incredibilidad () No existe el servicio requerido ()

Ubicación ()

8. ¿Si existiera en el Cantón La Maná un Centro Terapéutico usted utilizaría sus servicios?

Si ()

No ()

9. ¿Maque con una X qué tipo de terapia le gustaría recibir?

Baños de Cajón	
----------------	--

Masajes Terapéuticos	
Biomagnetismo (Terapia con imanes)	
Reflexología (Terapias en manos y pies)	
Reiki (Terapias con aplicación de las manos)	
Flores de Bach (esencias florales)	

10. ¿Qué aspectos considera más importante para asistir a un Centro Terapéutico?

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

11. ¿Con que frecuencia asistiría a nuestro Centro Terapéutico?

- 1 o 2 veces a la semana () Por única vez ()
 Cada 15 días () Por pedido medico ()
 Cada mes () No Asistiría ()

12. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por los servicios en nuestro Centro Terapéutico?

SERVICIO	PRECIO EN DOLERES					
	10-15	15-20	20-25		+ 25	
Baños de Cajón						
Masajes Terapéuticos						
Biomagnetismo (Terapia con imanes)						
Reflexología (Terapias en manos y pies)						
Reiki (Terapias con aplicación de las manos)						
Flores de Bach (esencias florales)						

13. ¿Qué medio de publicidad prefiere más usted?

- Televisión () Internet () Periódico ()

Radio () Hojas Volantes () Revistas ()
Perifoneo ()

14. ¿Qué tipo de promoción le gustaría que tuviera nuestra Centro Terapéutico?

2x1 () Descuento 50% ()
Obsequio () Paquete Familiar ()

15. ¿Qué horario de atención preferiría usted que este abierto el centro terapéutico?

Horario de la lunes a viernes de 2pm-8pm ()
Horario de fines de semanas mañana ()
Horario de fines de semanas en la tarde ()

7.2. Proformas para el estudio técnico.

PYCCA

Todo para tu hogar

PYCCA S. A.
BOYACA No 1205 Y 9 DE OCTUBRE TELEFONO: 2327950
GUAYAQUIL-ECUADOR
R.U.C. 0990000530001

PROFORMA No.
041-001-0000495

Fecha: 03/26/2015
Hora: 15:38:16

ALMACEN ORIGEN: PYCCA QUEVEDO DIRECCION: VENUS DEL RIO QUEVEDO S/N C.C. EL PASEO SHOPING QUEVEDO L
57-59 TELEFONO: (593) (04) 2779368

Forma FM1000

PROFORMA #	041-001-0000495	FECHA EMISION:	03/26/2015	FECHA VIGENCIA:	04/02/2015
DIANA GABRIELA ABRIL COCHERES		RUC :	0928402205001	CLIENTE No.: 35389	
QUEVEDO		TELF.:	0		
OBSERVACIONES:					
ELABORADO POR: LAURA ELIZABETH ZAMBRANO MACIAS (CC. CUE)					

PRECIOS VIGENTES A LA FECHA Y HORA

CODIGO	ARTICULO	IVA	CANTIDAD	PRECIO	% DSCTO	DESCUENTO	TOTAL
B14396	BALANZA 26.5X24CM	S	6	\$8.92	30.00	\$16.06	\$37.46
D97856	DISPENSADOR DE AGUA MEDIANO	S	1	\$31.16	-	-	\$31.16
M15218	SILLA PLEGABLE	S	20	\$26.70	-	-	\$534.00
N64015	BASURERO MIBA HOGAR	S	7	\$9.60	-	-	\$67.20
N65164	BANKO CERVECERO	S	4	\$9.91	-	-	\$39.64
TOTAL UNIDADES			38				

Subtotal Productos Con IVA	\$725.52
Subtotal Productos Sin IVA	\$0.00
DESCUENTO	\$16.06
SUBTOTAL	\$709.46
IVA 12.00%	\$85.14
TOTAL	\$794.60

Los pagos se haran en efectivo ó cheque certificado a la orden de PYCCA S.A.

RETENCIONES
PYCCA S.A.
RUC: 0990000530001
BOYACA #1205 Y NUEVE DE OCTUBRE

Contribuyente especial según Resolución No. 6925 12 de Septiembre de 1.995

PROFORMA # 041-001-0000495

ESTO NO ES UNA FACTURA
PRECIOS SUJETOS A CAMBIOS

PAGINA # 1 DE 1

CORPORACION EL ROSADO S. A.

PROFORMA No. C-024757

ALMACEN.....: 00F2 HIPERMARKET QUEVEDO
NOMBRE DEL CLIENTE: 001927 DIANA GABRIELA ABRIL COCHERES
CEDULA / R.U.C.....: 0928402205001
DIRECCION.....: QUEVEDO
TELEFONO.....:
FECHA DE EMISION...: Jue 26/Marzo/2015
DETALLE.....: 001927

PAG.: 1

C O R P O R A C I O N E L R O S A D O S . A .

P R O F O R M A N o . C - 0 2 4 7 6 3

ALMACEN.....: 00F2 HIPERMARKET QUEVEDO
NOMBRE DEL CLIENTE: 001927 DIANA GABRIELA ABRIL COCHERES
CEDULA / R.U.C....: 0928402205001
DIRECCION.....: QUEVEDO
TELEFONO.....:
FECHA DE EMISION.: Jue 26/Marzo/2015
DETALLE.....: 001927

PAG.:

Radio Stereo

LA MANÁ

Tu estación Fantástica

94.3
FM

No solo vendemos cuñas, vendemos soluciones de comunicación

Radio Stereo

LA MANÁ

Tu estación Fantástica

94.3
FM

No solo vendemos cuñas, vendemos soluciones de comunicación

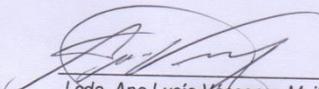
COSTOS

o Duración: Un mes

Todas las Programaciones

- ✓ De lunes a viernes bonificación sábados y domingos
- ✓ 6 Cuñas Diarias
- ✓ Valor Total. \$ 150,00 más IVA.

Atentamente,



Lcda. Ana Lucía Váscquez Mejía
GERENTE PROPIETARIA



Dir.: Av. Manabí N° 174 y 19 de Mayo
Fonos: 032 688 888 - 032 688 967 / Cel.: 0997774492 / Fax: 032 688 917
Email: anitalucivascone@hotmail.com

LA MANÁ - ECUADOR

www.radiofantasticafm.com

COTIZADOR

Simulador de operaciones de crédito del Banco Guayaquil.

COTIZADOR DE PRODUCTOS DE CRÉDITO

Si tiene actividad comercial, y desea conocer su tipo de segmento, por favor consulte la clasificación de segmentos de crédito Productivo y Microcrédito

Clasificación Segmento Productivo

Clasificación Segmento Microcrédito

Tipo de Crédito(*)	ACTIVIDAD COMERCIO ▼	Tipo de Tabla	ALEMÁN ▼
Segmento(*)	PRDD. PYME ▼		
Capital a Financiar (*)	40000	Seguro Sien (*)	\$0.00
Plazo del Sien (*)		Seguro Vida (*)	\$0.00
Plazo de Anos (*)	5 ▼	Seg. Desgrav. (*)	\$0.00
Periodicidad (*)	MENSUAL ▼	Seg. Cesantía (*)	\$0.00
Tasa Efectiva (*)	11.83%	Seg. Micro (*)	\$0.00
Tasa Nominal (*)	11.25%	Subs (*)	\$200.00
Monto Financiado (*)	\$40,000.00	Gto Notarial ** (*)	\$40.05
Monto Liquidado (*)	\$39,800.00	Gto Legal ** (*)	\$0.00
Dividendo (*)	\$1,041.00	Gto Avalúo ** (*)	\$0.00
Valor Total (*)	\$51,488.22		
Relación (*)	1.29		
Tasa Anual Costo Crédito (*)	11.89%		

Calcular

Ver Tabla

(*) Los Montos solicitados para el crédito dependen del tipo de crédito y segmento del cliente.

(**) Los Gastos Notariales, Legales, y Avalúos se consideran con pago de contado.

(***) Los resultados del simulador son de carácter informativo y no constituye una pre-aprobación de crédito.