



UNIVERSIDAD TÉCNICA ESTATAL DE QUEVEDO

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

INGENIERÍA EN ADMINISTRACIÓN FINANCIERA

**Proyecto de Investigación previo
a la Obtención del Título de
Ingeniera en Administración
Financiera.**

TÍTULO DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN:

**ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN CENTRO
DE BIENESTAR MENTAL Y CORPORAL PARROQUIA SAN CAMILO,
AÑO 2015**

AUTORA:

GLENDIA DEL PILAR VEGA CONTRERAS

DIRECTOR:

LIC. ÁNGEL CHAMORRO PALACIOS M. SC.

Quevedo – Los Ríos – Ecuador

2016

DECLARACIÓN DE AUTORÍA Y CESIÓN DE DERECHOS

Yo, **GLEND DEL PILAR VEGA CONTRERAS**, 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 normativa institucional vigente.

Atentamente;

Glenda del Pilar Vega Contreras

CERTIFICACIÓN

El suscrito **Lic. Ángel Chamorro Palacios M. Sc.**, Docente de la Universidad Técnica Estatal de Quevedo, certifica que la egresada **Srta. Glenda del Pilar Vega Contreras**, realizó el Proyecto de Investigación titulado “**Estudio de factibilidad para la creación de un centro de bienestar mental y corporal parroquia San Camilo, año 2015**”, previo a la obtención del título de Ingeniero en Administración Financiera, bajo mi dirección, habiendo cumplido con las disposiciones reglamentarias establecidas para el efecto.

Atentamente;

Lic. Ángel Chamorro Palacios M. Sc
Director

Certificado del Reporte de la herramienta de prevención de coincidencia y/o plagio académico.



UNIVERSIDAD TECNICA ESTATAL DE QUEVEDO

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

CARRERA DE INGENIERÍA EN ADMINISTRACIÓN FINANCIERA

PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

Título:

“Estudio de factibilidad para la creación de un centro de bienestar mental y corporal parroquia San Camilo, año 2015”

Presentado al Consejo Académico como requisito previo a la obtención del título de
Ingeniera en Administración Financiera

Aprobado por:

Ing. Dennis Aguirre Valverde M. Sc.

Presidente del Tribunal

Ing. Freddy Bustamante Vera M. Sc.

Miembro del Tribunal

Lcdo. Wilson Cerezo Segovia M. Sc.

Miembro del Tribunal

Quevedo – Los Ríos – Ecuador

2015

AGRADECIMIENTO

En primer lugar a Dios por haberme guiado por el camino de la felicidad siempre; en segundo lugar a cada uno de los que son parte de mi familia a mi Padre, el Sr. Enrique Vega Moran, quien siempre estuvo presente en cada momento de mi vida, mi Madre, y hermanos; por siempre haberme dado su fuerza y apoyo incondicional que me han ayudado a llegar hasta donde estoy ahora, a mis compañeros y amigos de clase con quienes compartí en el aula, de manera especial a Carmen Chávez y a mi director de tesis quién me guio en todo momento el Ing. Ángel Chamorro.

Glenda Vega

DEDICATORIA

Dedico este proyecto de tesis a Dios y a mis padres. A Dios porque ha estado conmigo a cada paso que doy, cuidándome y dándome fortaleza para continuar, a mis padres, quienes a lo largo de mi vida han velado por mi bienestar y educación siendo mi apoyo en todo momento. Depositando su entera confianza en cada reto que se me presentaba sin dudar ni un solo momento en mi inteligencia y capacidad. Es por ellos que soy lo que soy ahora. Los amo con mi vida.

Glenda Vega

Resumen

En la actualidad las personas sufren de estrés y demás tensiones como producto del diario convivir y del excesivo trabajo, considerando lo anterior es necesario la creación de centros que ayuden a sobrellevar y afrontar estos factores, como es el caso del centro de bienestar mental y corporal AQUALEAD. Por lo tanto, se llevó a cabo el presente estudio a fin de desarrollar un estudio de factibilidad para la creación de un centro de bienestar mental y corporal en la parroquia San Camilo considerando información obtenida durante el año 2015. Se efectuaron diferentes estudios para medir la viabilidad y factibilidad de este proyecto como lo son el estudio de mercado, estudio técnico y el estudio financiero. Para este estudio se consideró una muestra de 378 habitantes de los 25131 existentes en la parroquia San Camilo, a los cuales fue dirigida la encuesta a para de esta manera analizar la aceptación que pueda tener AQUALEAD y el precio que están dispuestos a pagar así como los servicios que desean que se oferten en este. En base al estudio de mercado se pudo constatar que en la zona apenas existen dos centros que ofrecen estos servicios, evidenciándose un alto número de demanda insatisfecha en cuanto a servicios, por lo que la construcción de AQUALEAD pretende cubrir una gran porcentaje de dicha demanda. Además de acuerdo al análisis técnico para el correcto funcionamiento de este centro es necesaria la contratación de personal capaz y con actitudes que fomenten el desarrollo y superación de la institución para de esta manera ofrecer un servicio acorde a las exigencias de los clientes. El análisis financiero reveló que el proyecto es viable al obtenerse un Valor Actual Neto de \$ 72915,20 y una Tasa Interna de Retorno del 42 %, siendo estos indicadores de una viabilidad positiva para el proyecto.

Palabras clave: factibilidad, centro de bienestar, estudio de mercado.

Abstract

Today people suffering from stress and other tensions as a product of daily living and overwork, considering the above is necessary to create centers to help cope with and address these factors, such as the wellness center mind and body AQUALEAD. Therefore, we carried out this study to develop a feasibility study for creating a mental and physical well-being in the parish San Camilo considering information obtained during 2015 various studies were performed to measure the viability and feasibility of the project such as market research, technical study and financial study. For this study a sample of 378 residents of the 25131 existing in the parish San Camilo, whom was directed the survey to thereby analyze the acceptance that may have AQUALEAD and the price you are willing to pay and was considered the which services they want to bid on this. Based on the market study it was found that in the area there are only two centers that provide these services, showing a high number of unmet need in terms of services, so that building AQUALEAD tries to cover a large percentage of this demand. Also according to technical analysis for the safe operation of the recruitment center capable and attitudes that promote the development and improvement of the institution to thereby provide a service tailored to the needs of customers it is necessary. The financial analysis revealed that the project is viable by obtaining a net present value of \$ 72,915.20 and an Internal Rate of Return of 42%, with these indicators of a positive feasibility for the project.

Keywords: feasibility, a health club, market.

Tabla de Contenido

Portada.....	i
Declaración de Autoría y Cesión de Derechos.....	ii
Certificación del Director de Tesis.....	iii
Certificado del Reporte de la herramienta de prevención de coincidencia y/o plagio académico.....	iv
Certificación de Aprobación por Tribunal de Sustentación.....	v
Agradecimiento.....	vi
Dedicatoria.....	vii
Resumen.....	viii
Abstract.....	ix
Tabla de Contenido.....	x
Índice de Tablas.....	xv
Índice de Figuras.....	xvii
Índice de Anexos.....	xviii
Código Dublin.....	xix
Introducción.....	1
CAPÍTULO I: CONTEXTUALIZACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN	
1.1. Problema de Investigación.....	4
1.1.1. Planteamiento del Problema.....	4
1.1.2. Formulación del Problema.....	5
1.1.3. Sistematización del Problema.....	6
1.2. Objetivos.....	6
1.2.1. Objetivo General.....	6
1.2.2. Objetivos Específicos.....	6
1.3. Justificación.....	7
CAPÍTULO II: FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA DE LA INVESTIGACIÓN	
2.1. Marco Conceptual.....	9
2.1.1. Estudio de Factibilidad.....	9
2.1.2. Proyecto.....	9
2.1.3. Estudio de Mercado.....	9
2.1.4. Estudio Técnico.....	9
2.1.5. Depreciación.....	10

2.1.6. Evaluación económica	10
2.1.7. Inversión	10
2.1.8. Presupuesto	10
2.1.9. Estudio Económico Financiera	11
2.1.10. Rentabilidad	11
2.1.11. Tasa Interna de Rendimiento	11
2.1.12. Valor Actual Neto	11
2.1.13. Demanda insatisfecha	12
2.1.14. Elementos Productivos	12
2.1.15. Definición de Mercado	12
2.1.16. Estudio de Mercado	12
2.1.16.1. Producto y servicio	13
2.1.16.2. Análisis de la Competencia	14
2.1.16.3. Identificación de los competidores	14
2.1.16.4. Precio	14
2.1.16.5. Investigación de Mercado	14
2.1.16.6. Características del Mercado Meta	16
2.2. Marco Referencial	17
2.2.1. Enfoque del aspecto espiritual	17
2.2.2. El vastu shastra	18
2.2.3. Yoga	19
2.2.3.1. Posturas Yóguicas	20
2.2.4. La Aromaterapia	21
2.2.4.1. Propiedades de los aceites esenciales.	22
2.2.5. Hidroterapia	23
2.2.6. La reflexología	25
2.2.6.1. El objetivo de la reflexología	26
2.2.7. Estudio económico / financiero	27
2.2.8. Indicadores financieros	27
2.2.8.1. VAN	27
2.2.8.2. TIR	28
2.2.9. Muestreo	28
2.2.9.1. Tamaño de la muestra	28
2.2.9.2. Presentación del muestreo	28

2.2.10. FODA	29
2.2.10.1. Las Fortalezas.....	29
2.2.10.2. Las Oportunidades.....	30
2.2.10.3. Las Debilidades	30
2.2.10.4. Las Amenazas.....	30
CAPÍTULO III: METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN	
3.1. Localización	32
3.2. Tipo de Investigación	32
3.2.1. Investigación de campo	32
3.2.2. Investigación bibliográfica	33
3.2.3. Investigación descriptiva	33
3.3. Métodos de investigación.....	33
3.3.1. Método Inductivo	33
3.3.2. Método Deductivo	33
3.3.3. Método Analítico.....	33
3.3.4. Método de síntesis	34
3.4. Fuentes de Recopilación de Información	34
3.4.1. Primarias.....	34
3.4.2. Secundarias.....	34
3.5. Diseño de la Investigación	34
3.5.1. Población y muestra.....	35
3.5.1.1. Población	35
3.5.1.2. Muestra	35
3.6. Instrumentos de Investigación.....	35
3.6.1. La observación.....	35
3.6.2. La encuesta	36
3.7. Tratamiento de los Datos.....	36
3.8. Recursos Humanos y Materiales	36
CAPÍTULO IV: RESULTADOS Y DISCUSIÓN	
4.1. Resultados	38
4.1.1. Estudio de Mercado	38
4.1.2. Estudio de Mercado	48
4.1.3. Oferta y demanda.....	48
4.1.4. Marketing mix	50

4.1.4.1. El servicio (Producto).....	50
4.1.4.2. Precio.....	51
4.1.4.3. Plaza	52
4.1.4.4. Promoción	52
4.1.4.4.1. Publicidad.....	53
4.1.4.4.2. Logotipo de la empresa.....	53
4.1.5. Estudio Técnico	53
4.1.5.1. Dimensiones	53
4.1.5.2. Técnicas de construcción.....	54
4.1.5.3. Tipos de Maquinaria.....	56
4.1.5.4. Personal	57
4.1.5.4.1.Descripción de funciones	58
a) Gerente General / Contador.....	58
b) Secretaria-Recepcionista	59
c) Masajista.....	61
d) Profesor de Yoga.....	62
e) Conserje.....	62
4.1.6. Estructura Organizacional	63
4.1.6.1. Organigrama Organizacional “AQUALEAD”.....	63
4.1.6.2. Diagrama de Flujo del Servicio de “AQUALEAD”	64
4.1.7. Actividades a Desarrollar	64
4.1.7.1. Masaje Facial con Crema de Algas (45 min)	64
4.1.7.2. Baño con Sales de Algas (45 min)	65
4.1.7.3. Aromaterapia (75 min).....	65
4.1.7.4. Masaje Corporal (75 min)	65
4.1.7.5. Agua Relajante (5 horas).....	65
4.1.7.6. Uso de Piscinas y Duchas.....	65
4.1.7.7. Circuito Relax.....	66
4.1.7.8. Ducha de Inicio	66
4.1.7.9. Duchas de Aceites Esenciales	66
4.1.7.10.Chorros Jet.....	66
4.1.7.11.Terma.....	66
4.1.7.12.Baño Turco	67
4.1.7.13.Piscina Agua Temperatura Natural	67

4.1.8. Políticas de seguridad y restricciones para el uso del “Centro de Bienestar Mental y Corporal AQUALEAD”.....	67
4.1.9. Características de la empresa.....	68
4.1.9.1.Misión.....	68
4.1.9.2.Visión	68
4.1.10. Estudio Financiero	69
4.1.10.1.Viabilidad financiera y plan de sostenibilidad	69
4.1.10.2.Flujos Financieros	76
4.1.10.3.Indicadores Financieros VAN Y TIR.....	79
4.8 Discusión	80
CAPÍTULO V: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	
5.1. Conclusiones	83
5.2. Recomendaciones	84
CAPÍTULO VI: BIBLIOGRAFÍA	
6.1. Literatura Citada.....	86
CAPÍTULO VII: ANEXOS	

Índice de Tablas

Nº	Pág.
1. Conveniencia de un centro de bienestar mental y corporal en la parroquia San Camilo	38
2. Asistencia de sitio de bienestar mental y corporal	39
3. Personas con conocimiento de los servicios ofrecidos por un sitio de bienestar mental y corporal.....	40
4. Criterios de los moradores respecto a la ayuda que brindaría el centro de bienestar a implementarse para tener una vida libre de estrés.....	41
5. Aceptación de los moradores a inscribirse en el centro de bienestar mental.	42
6. Servicios preferidos por los moradores encuestados.....	43
7. Costo preferencial a pagar por los servicios ofertados en el centro de bienestar corporal y mental.....	44
8. Número de moradores que creen conveniente realizar paquetes especiales de tratamientos para disminuir costos.	45
9. Preferencia de horarios de asistencia sugeridos por los moradores para asistir al centro de bienestar corporal y mental.....	46
10. Días factibles a asistir al centro de bienestar corporal y mental “AQUALEAD” de acuerdo a la muestra encuestada.....	47
Oferta actual del mercado meta por número de servicios	48
11. Demanda actual del mercado meta por número de servicios	49
12. Demanda insatisfecha del mercado meta.	50
13. Lista de precios de los tratamientos del “Centro de Bienestar Corporal y Espiritual AQUALEAD”.....	51

14. Identificación y valoración de la inversión total, costos de operación y mantenimiento, ingresos y beneficios	69
15. Costo de materia prima y el valor de la venta al público en forma unitaria.....	72
16. Costo de mano de obra directa (sueldos y los beneficios de ley de cada persona que labora en la Organización).....	72
17. Costos del personal administrativo.....	73
18. Costos de indirectos de producción.....	73
19. Capital de Operación	74
20. Flujo de caja proyectado.....	76

Índice de Figuras

Nº	Pág.
1. Localización del proyecto.....	32
2. Porcentaje de necesidad de la creación un centro de bienestar mental y corporal en la parroquia San Camilo.	38
3. Porcentaje de asistencia a un centro bienestar mental y corporal de la muestra	39
4. Porcentaje de conocimientos que tienen las personas encuestadas sobre los servicios que ofrece un centro de bienestar mental y corporal.....	40
5. Porcentajes de aceptación respecto a la ayuda que brindaría el centro de bienestar mental y corporal a implementarse según los moradores encuestados.	41
6. Porcentaje de aceptación de la muestra a inscribirse en un centro de bienestar corporal y mental.....	42
7. Porcentaje de preferencia de los moradores por los servicios ofrecidos en el centro de bienestar corporal y mental.....	43
8. Porcentaje de moradores dispuestos a cancelar los diferentes precios propuestos por asistir al centro de bienestar corporal y mental.....	44
9. Porcentaje de aceptación de los moradores acerca de la realización de paquetes parciales para reducir el costo de los tratamientos.	45
10. Porcentaje de preferencia de los moradores a los horarios de asistencia a los tratamientos ofertados en el centro de bienestar corporal y mental AQUALEAD.	46
11. Porcentaje de preferencia hacia los días a asistir a AQUALEAD.....	47
12. Logotipo Centro de Bienestar Corporal y Espiritual “AQUALEAD”	53
13. Croquis de los diferentes compartimientos del Centro de Bienestar mental y Corporal.....	53
14. Fachada frontal del “Centro de Bienestar Corporal y Espiritual AQUALEAD”.....	54
15. Organigrama organizacional de “AQUALEAD”	63
16. Diagrama de Flujo del centro de bienestar mental y corporal “AQUALEAD”	64

Índice de Anexos

Nº	Pág.
1. Servicio de yoga a ofrecerse en “AQUALEAD”	90
2. Servicio hidroterapia a ofertarse en “AQUALEAD”	90
3. Técnicas avanzadas de masaje para dar un mejor servicio en “AQUALEAD”.	91
4. Tratamiento de reflexología.....	91
5. Operacionalización de las variables de objetivos	92
6. Matriz del problema de investigación.	98

Código Dublin

Título:	“Estudio de factibilidad para la creación de un centro de bienestar mental y corporal parroquia San Camilo, año 2015”.
Autor:	Glenda del Pilar Vega Contreras
Palabras clave:	Factibilidad, centro de bienestar, estudio de mercado.
Fecha de publicación	
Editorial:	
Resumen:	<p>Resumen</p> <p>En la actualidad las personas sufren de estrés y demás tensiones como producto del diario convivir y del excesivo trabajo, considerando lo anterior es necesario la creación de centros que ayuden a sobrellevar y afrontar estos factores, como es el caso del centro de bienestar mental y corporal AQUALEAD. Por lo tanto, se llevó a cabo el presente estudio a fin de desarrollar un estudio de factibilidad para la creación de un centro de bienestar mental y corporal en la parroquia San Camilo considerando información obtenida durante el año 2015. Se efectuaron diferentes estudios para medir la viabilidad y factibilidad de este proyecto como lo son el estudio de mercado, estudio técnico y el estudio financiero. Para este estudio se consideró una muestra de 378 habitantes de los 25131 existentes en la parroquia San Camilo, a los cuales fue dirigida la encuesta a para de esta manera analizar la aceptación que pueda tener AQUALEAD y el precio que están dispuestos a pagar así como los servicios que desean que se oferten en este. En base al estudio de mercado se pudo constatar que en la zona apenas existen dos centros que ofrecen estos servicios, evidenciándose un alto número de demanda insatisfecha en cuanto a servicios, por lo que la construcción de AQUALEAD pretende cubrir una gran porcentaje de dicha demanda. Además de acuerdo al análisis técnico para el correcto funcionamiento de este centro es necesaria la contratación de personal capaz y con actitudes que fomenten el desarrollo y superación de la institución para de esta manera ofrecer un servicio acorde a las exigencias de los clientes. El análisis financiero reveló que el proyecto es viable al obtenerse un Valor Actual Neto de \$ 72915,20 y una Tasa Interna de Retorno del 42 %, siendo estos indicadores de una viabilidad positiva para el proyecto.</p>

	<p>Abstract</p> <p>Today people suffering from stress and other tensions as a product of daily living and overwork, considering the above is necessary to create centers to help cope with and address these factors, such as the wellness center mind and body AQUALEAD. Therefore, we carried out this study to develop a feasibility study for creating a mental and physical well-being in the parish San Camilo considering information obtained during 2015 various studies were performed to measure the viability and feasibility of the project such as market research, technical study and financial study. For this study a sample of 378 residents of the 25131 existing in the parish San Camilo, whom was directed the survey to thereby analyze the acceptance that may have AQUALEAD and the price you are willing to pay and was considered the which services they want to bid on this. Based on the market study it was found that in the area there are only two centers that provide these services, showing a high number of unmet need in terms of services, so that building AQUALEAD tries to cover a large percentage of this demand. Also according to technical analysis for the safe operation of the recruitment center capable and attitudes that promote the development and improvement of the institution to thereby provide a service tailored to the needs of customers it is necessary. The financial analysis revealed that the project is viable by obtaining a net present value of \$ 72,915.20 and an Internal Rate of Return of 42%, with these indicators of a positive feasibility for the project.</p>
Descripción:	
Url:	

INTRODUCCIÓN

El acelerado ritmo de vida ha generado que profesionales y personas en general, estén preocupados por su bienestar físico y psíquico, por lo tanto buscan un lugar que les proporcione felicidad integral. Este estudio trata sobre la creación de un Centro de Bienestar Mental y Corporal, el mismo que brindará la oportunidad de encontrar todo en un solo lugar, un centro donde el cliente disfrute momentos de relajación y bienestar para con su cuerpo y mente a través de cualquiera de las terapias que se pondrán a su disposición.

Los habitantes de Quevedo sufren de diversos niveles de estrés como consecuencia de la rutina, y por esa razón que se llevó a cabo la presente investigación, ya que este problema puede llevar a enfermedades cardiovasculares y desordenes en la salud.

La idea de crear un Centro de Bienestar Corporal y Espiritual es para que la ciudadanía se sienta en un espacio donde se respire un sentimiento de paz y armonía, donde se pueda recuperar del estrés cotidiano o de un problema que les lleve al agotamiento progresivo de su fuerza vital. El Centro de Bienestar Corporal y Espiritual responde al deseo de paz, placer y serenidad de la sociedad actual que busca un espacio donde cuidar su cuerpo y su espíritu hasta alcanzar un estado de total relajación y bienestar.

Hay que señalar que el negocio de este milenio es la industria del bienestar, pues la gente quiere sentirse y verse muy bien. Hoy en día la gente dedica tiempo a cuidarse, tomar vacaciones, al entretenimiento, al conocimiento a través de la lectura o la música, y esto destaca el surgimiento de un Centro de Bienestar Corporal y Espiritual con múltiples productos, tratamientos faciales, productos de aromaterapia que son utilizados para el cuidado corporal, la relajación y el embellecimiento.

El incremento de este tipo de negocios en nuestro país ha generado tanto interés que hoy hasta podemos hablar de competitividad en este ámbito laboral, aquí se ha generado mucho interés y cada uno le va otorgando valor al producto que ofrece, esto se debe principalmente a dos razones; la búsqueda constante de nuevas experiencias por parte del cliente y las estrategias de diferenciación que llevan las empresas con el objetivo de ofrecer un servicio único en el mercado.

El proyecto de investigación está compuesto de los siguientes capítulos:

En el CAPITULO I, se aborda el MARCO CONTEXTUAL DE LA INVESTIGACIÓN, en el mismo se redacta la introducción, objetivos generales y específicos, problematización y justificación.

En el CAPITULO II, se trata FUNDAMENTACIÓN TEORICA DE LA INVESTIGACIÓN aquí se transcribe todo el marco conceptual y marco referencial de la investigación, los temas de vital importancia, encontrados en el transcurso de la aplicación del trabajo de investigación.

En el CAPITULO III, se presenta la METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN, es decir los métodos y técnica utilizadas en la investigación.

El CAPITULO IV, trata sobre RESULTADOS Y DISCUSIÓN, en este se detalla la ubicación y descripción de la información empírica pertinente al bloque de las preguntas, que conllevo una discusión de los resultados.

En el CAPITULO V, se muestran las CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES, las cuales están redactadas en orden y en relación de los objetivos específicos y recomendaciones en relación con la propuesta.

En el CAPÍTULO VI se detallan las diferentes fuentes bibliográficas de las cuales se extrajo información para la presente investigación.

Finalmente en el Capítulo VII se muestran diferentes anexos se facilitan la comprensión del documento así como parte importante de este trabajo adicional que ayudó a la interpretación de resultados y consecución de los objetivos propuestos.

CAPÍTULO I

CONTEXTUALIZACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN

1.1. Problema de Investigación

1.1.1. Planteamiento del Problema

En la actualidad las personas se exponen a mayor estrés por la presión que genera el trabajo o problemas cotidianos, el cual se manifiesta generalmente como resultado de las frustraciones originadas por necesidades insatisfechas o también como respuestas a situaciones de índole negativas, esto incurre a que diariamente vivan con mucha tensión no pudiendo desempeñarse bien en sus labores y que su salud se deteriore.

El estrés puede causar problemas de todo tipo, desde pérdida de peso, ganar peso, problemas al corazón, y otras cosas mucho más graves, esto conlleva a causar desequilibrios en nuestro organismo y por ende que nuestra vida diaria sea más difícil de llevar causando desequilibrios. Múltiples estudios han demostrado que la salud, está relacionada con factores psicosociales presentes en el trabajo, las personas que se encuentran sometidas a estrés, tienden a abandonar el empleo, lo que determina un alto índice de rotación de los miembros de una empresa.

Las personas sufren cuando se sienten superadas por las demandas laborales exigentes. Los gastos y pérdidas derivadas por el costo del estrés, determinados por crecientes índices de ausentismo, baja productividad, accidentes profesionales, lo que es más importante, la incidencia sobre la salud mental y física de los individuos.

Actualmente la ciudad de Quevedo no cuenta con un lugar especializado en reducir el estrés en hombres y mujeres provocados por diferentes factores externos e internos esto provoca que aumente su estrés. A pesar de que en la ciudad de Quevedo existan centros de Spa donde las personas puedan relajarse por unas horas, pero en si no existe un lugar especializado en el bienestar mental y corporal.

Diagnóstico

- Falta de un Centro de Bienestar Corporal y Espiritual en la parroquia San Camilo

Causas

- Falta de distracción en los habitantes
- Mucha presión en el lugar de trabajo
- El ritmo de vida acelerada

Efectos

- Diferentes tipos de enfermedades en los habitantes
- Bajo rendimiento laboral
- Que existan problemas familiares

Pronóstico

- Conocer la demanda insatisfecha para este tipo de negocios.
- Determinar cuál es la viabilidad del proyecto.
- Disminuir el estrés en los habitantes de la parroquia San Camilo

Control del pronóstico

- Realizando encuestas a los clientes externos de este tipo de negocio.
- Analizando los estados financieros de la empresa.
- Realizando encuestas a nuestros clientes, para conocer si han mejorado su calidad de vida

1.1.2. Formulación del Problema

¿De qué manera un estudio de factibilidad influye para la creación de un centro de bienestar mental y corporal en la parroquia san camilo año 2015?

1.1.3. Sistematización del Problema

En base a la problemática abordada anteriormente se plantean las siguientes directrices:

- ¿De qué manera el estudio de mercado influye en la demanda insatisfecha para la creación de un centro de bienestar mental y corporal?
- ¿Cómo un estudio técnico manifiesta los elementos productivos necesarios para la creación de un Centro de Bienestar mental y corporal?
- ¿De qué manera el estudio económico financiero deduce la rentabilidad de la creación de un Centro de Bienestar mental y corporal?

1.2. Objetivos

1.2.1. Objetivo General

Desarrollar un estudio de factibilidad para la creación de un centro de bienestar mental y corporal parroquia san camilo, año 2015

1.2.2. Objetivos Específicos

- Establecer un estudio de mercado que determine la demanda insatisfecha en la creación de un centro de bienestar mental y corporal.
- Elaborar un estudio técnico que establezca los elementos productivos necesarios para la creación del Centro de Bienestar mental y corporal.
- Realizar un estudio económico financiero que calcule la rentabilidad de la creación de un Centro de Bienestar mental y corporal.

1.3. Justificación

La idea de llevar a cabo este proyecto surge de la necesidad que existe en la zona y la finalidad del mismo es que los clientes de este mercado encuentren en un solo lugar un servicio de alta calidad que permita el mejoramiento de la salud física y mental de nuestros clientes. Con los antecedentes expuestos en la problematización es evidente que son varios los justificativos que tiene el presente trabajo. Con la creación del Centro de Bienestar Mental y Corporal, los habitantes de la ciudad tendrán la oportunidad de reducir su alto nivel de estrés.

El desarrollo de este proyecto está sustentado en las múltiples oportunidades existentes para ofrecer un servicio especializado, en el mejoramiento de la estética corporal y salud mental para brindar a un mercado que se encuentra en constante crecimiento, soluciones totalmente innovadoras, adaptadas a cada tipo de problema. Consecuentemente se estudió la viabilidad de crear un Centro de Bienestar Mental y Corporal en la ciudad de Quevedo, de manera que la presencia en esta localidad espera ir posesionándose y fortaleciéndose en la medida que lo haga la demanda de nuestros servicios.

Para el Centro de Bienestar Mental y Corporal la presencia en este sector más que por su rendimiento económico esperado, por lo cual es una necesidad imperante en el desarrollo futuro de la ciudad. Al crear una alternativa diseñada y gestionada para satisfacer múltiples necesidades a fin de conseguir la fidelización de clientes, y hará que esta se diferencie de la competencia.

Gracias a la proyección económica que posee la ciudad de Quevedo, existe la apremiante necesidad de crear un Centro de Bienestar Mental y Corporal entendiendo por ello, un espacio donde los habitantes de la ciudad y visitantes puedan encontrar tratamientos de relajación para reducir sus tensiones, y de esta manera mejorar la calidad de vida de los habitantes a un costo accesible.

CAPÍTULO II

FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA DE LA INVESTIGACIÓN

2.1. Marco Conceptual

2.1.1. Estudio de Factibilidad

El estudio de factibilidad es similar a los del pre factibilidad, salvo que en este primer nivel las investigaciones realizadas son de mayor profundidad, en las cuales ya se definen estrategias para la materialización del proyecto. (Estudio de mercado, Estudio técnico, Estudio organizacional y Estudio financiero)

2.1.2. Proyecto

Lo podemos definir como un plan, al que si se le asigna un determinado monto de capital y se le proporcionan insumos de varios tipos, podrá producir un bien o servicio útil a la sociedad. Un proyecto de inversión constituye un conjunto de acciones que, una vez implementadas, incrementan la eficiencia y distribución de un buen servicio (Meza, 2010).

2.1.3. Estudio de Mercado

El estudio del mercado, en cualquier tipo de proyecto, constituye una fuente de información de primera importancia tanto para estimar la demanda como para proyectar los costos y definir precios, aunque es frecuente, sin embargo, incurrir en el error de considerarlo únicamente como un análisis de la demanda y de los precios del producto que se fabricara o del servicio que se ofrecerá (Chain, 2010).

2.1.4. Estudio Técnico

El estudio de la viabilidad técnica evaluó si era físicamente posible hacer el proyecto. El objetivo del estudio técnico que se hace dentro de la viabilidad económica de un proyecto es netamente financiero. Es decir calcula los costos, inversiones, y beneficios derivados de los aspectos técnicos o de la ingeniería del proyecto. Para ello en este estudio se busca determinar las características de la composición óptima de los recursos que harán que la producción de un bien o servicio se logre eficaz y eficientemente (Chain, 2010).

2.1.5. Depreciación

Según Chiriboga, (2008), depreciación es la pérdida de valor de los elementos del activo fijo o inmovilizado de cualquier institución o empresa, al prestar la función que le es propia. Resulta de dividir el costo original del elemento o bien por su vida útil. Aunque no es una erogación real de efectivo, la legislación tributaria permite tratar esta partida como un gasto, disminuyendo las utilidades y convirtiéndola así en un crédito tributario.

2.1.6. Evaluación económica

Esta parte es muy importante, pues es la que al final permite decidir la implantación del proyecto. Normalmente no se encuentran problemas en relación con el mercado o la tecnología disponible que se empleara en la fabricación del producto; por tanto, la decisión de inversión casi siempre recae en la evaluación económica (Baca, 2010).

2.1.7. Inversión

Es la etapa del ciclo del proyecto en la cual se materializan las acciones, que dan como resultados la producción de bienes o servicios y termina cuando el proyecto comienza a generar beneficios. La inversión se realiza en un periodo de tiempo determinado y generalmente termina con un producto o con los elementos necesarios para la prestación de un servicio (Meza, 2010).

2.1.8. Presupuesto

Este documento, resultado del proceso de costeo, nos presenta las actividades del proyecto y sus costos correspondientes, así como sus sumas parciales y totales. Se puede estructurar de diversas maneras; una forma común es diferenciando los costos directos de los indirectos. Se pueden también especificar cuentas y subcuentas para asociarlas con la contabilidad de la organización (Rivera, 2010).

2.1.9. Estudio Económico Financiera

Este es un estudio que determina, en último término, la aprobación o rechazo del proyecto. Mide la rentabilidad con que retorna la inversión, todo cuantificado en bases monetarias (Chiriboga, 2008).

2.1.10. Rentabilidad

Es la relación, generalmente expresada en porcentaje, que se establece entre el rendimiento económico que proporciona una determinada operación y lo que se ha invertido en ella. En títulos valores se mide computando los dineros percibidos -en el caso de las acciones-, además de la revalorización según su cotización, así como las ventajas a obtenerse por el carácter preferente de las ampliaciones de capital (Chiriboga, 2008).

2.1.11. Tasa Interna de Rendimiento

Miranda (2012), afirma que la tasa de interés más alta que un inversionista estaría dispuesto a pagar sin perder dinero, si todos los fondos para el financiamiento de la inversión se tomarán prestados y el préstamo (principal e intereses acumulados) se pagará con las entradas en efectivo de la inversión a medida que se fuesen produciendo. Se utiliza para evaluar un proyecto en función de una tasa única de rendimiento anual, en donde la totalidad de los beneficios actualizados son exactamente iguales a los desembolsos expresados en moneda actual.

2.1.12. Valor Actual Neto

Es el valor puesto al día de todos los flujos de caja esperados de un proyecto de inversión. Es igual a la diferencia entre el valor actual de los cobros, menos el valor también actualizado de los pagos generados por el proyecto de inversión. El tipo de interés al que se hace la actualización de los flujos de caja viene determinado por el riesgo de proyecto de inversión (Miranda, 2012).

2.1.13. Demanda insatisfecha

Existe demanda insatisfecha cuando las demandas detectadas en el mercado no están suficientemente entendidas. Se pueden observar algunas señales de esta situación: al no existir control por parte de las autoridades los precios se manifiestan muy elevados con respecto a la capacidad de pago de los compradores o usuarios; también la existencia de controles a la importación y el racionamiento son signos inequívocos de la demanda insatisfecha (Miranda, 2012).

2.1.14. Elementos Productivos

López (2010), sostiene que un proceso productivo, es aquel conjunto de elementos, personas, y acciones, que transforman materiales y/o brindan servicios de cualquier índole. Es decir, que se agrega algún tipo de valor.

2.1.15. Definición de Mercado

Los conceptos de intercambio y relaciones conducen al concepto de mercado, originariamente el mercado es el lugar en que los compradores y vendedores se reúnan para intercambiar sus bienes, como las plaza de los pueblos. En la actualidad, los economistas emplean el término mercado para referirse al conjunto de compradores y vendedores que negocian con un determinado tipo de producto (Phillip, 2010).

2.1.16. Estudio de Mercado

El estudio del mercado trata de determinar el espacio que ocupa un bien o un servicio en un mercado específico. Por espacio se entiende:

- La necesidad que tienen los consumidores actuales y potenciales de un producto en un área delimitada.
- También identifican las empresas productoras y las condiciones en que se está suministrando el bien.

- Igualmente el régimen de formación del precio y de la manera como llega el producto de la empresa productora a los consumidores y usuarios.

El estudio de mercado busca probar que existe un número suficiente de consumidores, empresas y otros entes que en determinadas condiciones, presentan una demanda que justifican la inversión en un programa de producción de un bien durante cierto período de tiempo. (Redondo, 2009).

2.1.16.1. Producto y servicio

El producto es un elemento clave de la oferta del mercado, la planificación del marketing mix comienza con la formulación de una oferta que genera valor para los consumidores y que satisface sus necesidades. Esta oferta se convierte en el eje en torno al cual la empresa construye relaciones rentables con los clientes (Phillip, 2010).

La oferta de marketing de una empresa suele incluir bienes y servicios tangibles cada elemento puede ser un componente más o menos importante de la oferta total. En un extremo, la oferta puede consistir en un bien totalmente tangible, como jabón, pasta de dientes, o sal (ningún servicio acompaña al producto) En el extremo contrario, se puede tratar exclusivamente de servicios de modo que la oferta consiste esencialmente en un servicio puro. Por ejemplo un examen médico, o los servicios financieros. Entre estos dos extremos, sin embargo, numerosas combinaciones de productos y servicios resultan posibles (Phillip, 2010).

Hoy en día a medida que los productos y servicios se popularizan, muchas empresas pasan a un nuevo nivel de generación de valor para sus clientes. Para diferenciar sus ofertas, desarrollan y ofrecen experiencias totales a sus clientes. Mientras que los productos son tangibles y los servicios intangibles, las experiencias son memorables. Las empresas que comercializan experiencias se dan cuenta de que lo que los clientes compran en realidad es mucho más que productos y servicios: compran lo que esas experiencias hacen por ellos (Chain, 2010).

2.1.16.2. Análisis de la Competencia

Para diseñar una estrategia de marketing eficaz, la empresa ha de saber todo lo posible sobre sus competidores, debe comparar constantemente sus productos, precios, canales y planes de comunicación con los de sus competidores más cercanos. Así la empresa, puede descubrir áreas de posibles ventajas o desventajas competitivas (Phillip, 2010).

2.1.16.3. Identificación de los competidores

Normalmente, la identificación de los competidores podría parecer una tarea sencilla, en líneas generales una empresa puede definir a sus competidores como aquellas empresas que ofrecen productos y servicios similares a los suyos, a los mismos consumidores y a precios similares. Así, Coca Cola puede considerar a Pepsi Cola como uno de sus principales competidores. Pero en realidad las empresas se enfrentan a otros muchos competidores. Una empresa puede definir a sus competidores como todas aquellas empresas que producen el mismo producto o categoría de productos (Phillip, 2010).

2.1.16.4. Precio

En el sentido más estricto de la palabra, el precio es la cantidad de dinero que se cobra por un producto o servicio. De manera más amplia, el precio es la suma de todos los valores que los consumidores entregan a cambio de los beneficios que obtienen por poseer o utilizar un producto o servicio. Desde un punto de vista histórico, el precio ha sido el factor que más ha afectado a la elección de los consumidores. Esto aún es cierto hoy en día en los países más pobres, entre grupos de un bajo nivel económico y para productos básicos o de primera necesidad. Sin embargo en las últimas décadas otros factores han llegado a ser tan importantes como el precio para el comportamiento del consumidor. (Phillip, 2010)

2.1.16.5. Investigación de Mercado

Una vez definidos los problemas y los objetivos de la investigación, los investigadores deben determinar la información que se necesita exactamente, desarrollar un plan para conseguirla de forma eficaz y presentarla a la dirección. El plan de investigación expone las fuentes de información existente y detalla los diferentes enfoques de investigación,

especifica los métodos que se utilizarán para contactar con los posibles participantes, los planes de muestreo y los distintos instrumentos que utilizarán los investigadores para obtener nuevos datos (Armstrong, 2007).

Un mercado objetivo es el segmento del mercado al que un producto en particular es dirigido. Generalmente, se define en términos de edad, género o variables socioeconómicas. La estrategia de definir un mercado objetivo consiste en la selección de un grupo de clientes a los que se quiere dar servicio (Phillip, 2010).

Phillip (2010), asegura que entre las decisiones que hay que tomar se encuentran las siguientes:

Cuántos segmentos establecemos cómo objetivo cuáles cuántos productos vamos a ofrecerles qué productos vamos a ofrecer en cada segmento

Hay tres pasos para establecer mercados objetivos:

- Segmentación de mercado
- Selección del mercado objetivo
- Posicionamiento de producto

El mismo autor añade que las estrategias están influidas por:

- La madurez del mercado.
- La diversidad de preferencias y necesidades de los consumidores.
- El tamaño de la compañía.
- La fortaleza de la Competencia_(economía).
- El volumen de ventas requerido para alcanzar beneficios.

- El establecimiento de mercado objetivo puede ser selectivo (p.ej.: estrategia de concentración, especialización de mercado) o extensivo (p.ej.: cobertura total, marketing masivo o especialización de producto).

2.1.16.6. Características del Mercado Meta

La primera es que los mercado metas deben ser compatibles con las metas y la imagen de la organización, una segunda guía consiste en la relacionar las oportunidades de mercado con los recursos de la compañía (Meneses, 2009).

- El mercado meta y la mezcla de mercado se desarrollan en relación con las metas de mercados.
- Las empresas deben generar utilidades.
- La compañía debe por lo general buscar un mercado donde el número de competidores y su tamaño sea mínimo. No debe entrar a un mercado saturado de competidores, a menos que tenga ventaja competitiva sobre las empresas existentes.
- Para seleccionar su mercado meta, la empresa debe hacer estimaciones cuantitativas del tamaño del volumen de ventas en el mercado para el producto o servicio.
- La gerencia debe preparar un pronóstico de ventas, normalmente para un periodo de un año. El pronóstico de ventas es la base para el presupuesto y para planear la operación a corto plazo.

Es importante ya que debido a la buena planificación de mercadotecnia la organización comienza con la decisión de sus metas de mercado, una vez que se establecen las metas, el siguiente paso en el proceso de planeación estratégica consiste en seleccionar y analizar los mercados metas de la organización, eso orienta a los clientes a relacionar las oportunidades de mercado con los recursos de la compañía. (Ireland, Hoskisson, & Hitt, 2010).

Por ello el Mercado Meta en el mundo globalizado es altamente competitivo y hoy más que nunca, ya que los mercados se caracterizan por su creciente nivel de exigencia. En tales condiciones, articular con eficiencia la calidad, el valor agregado y la capacidad para realizar la negociación, tienen importancia decisiva para alcanzar éxito en la empresa, el difundir esos conceptos, así como la forma de llevarlos a la práctica, es una de las tareas que con mayor energía encara las organizaciones hoy en día (Moreno, 2011).

La segmentación de mercado es un proceso que consiste en dividir el mercado total de un bien o servicio en varios grupos más pequeños e internamente homogéneos. La esencia de la segmentación es conocer realmente a los consumidores. Uno de los elementos decisivos del éxito de una empresa es su capacidad de segmentar adecuadamente su mercado. La segmentación es también un esfuerzo por mejorar la precisión del marketing de una empresa. Es un proceso de agregación en donde se estudia un segmento de mercado a personas con necesidades semejantes (Romero, Sánchez, & Tafuya, 2003).

El segmento de mercado es un grupo relativamente grande y homogéneo de consumidores que se pueden identificar dentro de un mercado, que tienen deseos, poder de compra, ubicación geográfica, actitudes de compra o hábitos de compra similares y que reaccionarán de modo parecido ante una mezcla de marketing. (Frydman, 2011).

2.2. Marco Referencial

2.2.1. Enfoque del aspecto espiritual

El servicio espiritual o servicio alternativo que se brindará tiene como objetivo que los huéspedes tomen esta opción para purificar la mente, el cuerpo y el espíritu, tomando las diferentes terapias que se proporcionarán, con ello lo que se busca es que el visitante a más de tener un merecido descanso se desintoxique con todos estos servicios (Ciscar, 2012).

Por esto, el Centro dará armonía a sus huéspedes empezando por la ubicación y la construcción de las cabañas al estilo de la ciencia milenaria Vastu Shastra esto hará que todas aquellas personas que visiten el lugar automáticamente se recarguen de energías positivas, tranquilidad y armonía (Ciscar, 2012).

Luego el visitante, podrá tomar el aromaterapia, lo que hará que despierte la conciencia y calme el estrés físico, luego de ello, podrá hacerse una hidroterapia para liberarse de enfermedades corporales existentes, posteriormente el visitante continuará con la reflexología en el cuerpo y en especial en los pies para conseguir la relajación total logrando establecer el balance natural de las energías y funcionando en armonía todo el organismo. Para concluir con esta terapia se terminará con un poco de yoga para que pueda tener comunión o unión consigo mismo y con los que los rodean.

Así este Centro de Bienestar Mental y Corporal tendrá un espacio para realizar todas estas terapias. Este lugar será ideal para aquellas personas que tienen una vida urbana agitada, será un escape merecido para encontrarse consigo mismo y fortalecerse (Ciscar, 2012).

2.2.2. El vastu shastra

El Vastu Shastra, es una antigua ciencia mística, es el arte de diseñar y construir edificaciones, tienen su origen en los Vedas. Los vedas no son conocimientos nuevos, en varias partes del mundo lo practican hay personas de todos los niveles de cultura que aprecian estos conocimientos, ya que son profundos y de mucha inspiración. La India no solo era rica en su herencia espiritual sino que también lo era materialmente, era un cosmos completa en sí misma (Cruz, 2011).

El Vastu Shastra, es el arte de vivir en armonía con el medio ambiente y atraer las influencias más positivas para la vida humana, combinando los principios de la arquitectura y el diseño con la ingeniería, el arte, la astrología, y la astronomía (Cruz, 2011).

Esta ciencia piensa que el mundo está compuesto por cinco elementos básicos todos esenciales conocidos como: el espacio, el aire, el fuego, el agua, la tierra.

Todas las criaturas en la Tierra incluyendo los edificios son construidos físicamente con estos elementos, y sin ellos no habría vida sobre la Tierra.

El Hombre puede construir su hogar o su lugar de trabajo de acuerdo a sus propios deseos, pero nunca será capaz de controlar la naturaleza y sus fuerzas que tienen un dominio directo sobre su vida.

Hay una relación constante invisible entre estos elementos ya sea fuera o por dentro de cada individuo e incluye también el lugar donde habita y el lugar donde trabaja. El hombre puede mejorar las condiciones de su vida por diseñar apropiadamente sus construcciones y por comprender la efectividad de estas cinco fuerzas naturales (Cruz, 2011).

La ubicación, la dirección y la disposición de los edificios, casas o construcciones tiene una relación directa sobre los habitantes y el Vastu Shastra, la antigua escritura de arquitectura védica ha sido experimentado y ha beneficiado a generaciones y generaciones por aplicar estos conocimientos en sus vidas.

Para lograr un mejor beneficio las casas u hoteles deben tomar en cuenta las siguientes aplicaciones.

- 1.- El material de la construcción.- Debe ser tomado del mismo lugar que va a fabricar la casa u hotel.
- 2.- La ubicación geográfica.- Tiene que estar de acuerdo con la situación de los puntos cardinales para encontrar el lugar adecuado en que fluyan las energías de afuera hacia adentro y viceversa.
- 3.- División interna de la casa.-Deben estar bien ubicadas las paredes, puertas y ventanas para alcanzar con esto el descanso total, con esto se logrará un bienestar físico y mental.

Una casa que se diseña apropiadamente puede dar a sus moradores buena salud, riquezas, inteligencia, buenos hijos, paz, felicidad y libera a uno de las deudas u otras obligaciones. Pero si uno es negligente con los conocimientos de Arquitectura Védica producirá viajes innecesarios, infamia, desilusiones, enfermedades y muchas penas. Todas las casas, villas, ciudades, pueblos deben ser construidas con la luz de Vastu Shastra (Cruz, 2011).

2.2.3. Yoga

La palabra yoga proviene de la raíz sánscrita Yug, que significa unión o comunión. Es el proceso mediante el cual se vincula la conciencia con la suprema verdad (Saraswati, 2012). Yoga ha nacido no de la especulación, sino de miles de años de experiencia que han sido

replicadas por muchos yoguis a lo largo de la historia. Yoga posee sus propios métodos y fundamentos que hacen que sean un amplio y completo sistema de desarrollo interior. Cualquier persona puede aproximarse al Yoga, ya que posee un tipo especial de técnica para cada tipo de personalidad y temperamento. Por lo tanto, la práctica de yoga no es simplemente un conjunto de ejercicios físicos y respiratorios o posturas, sino es un proceso que lleva a la autorrealización.

2.2.3.1. Posturas Yóguicas

Las posturas yoguísticas a diferencia de los ejercicios físicos, no consumen energía, sino que, al contrario, la incrementa gracias a que permite la absorción de la fuerza vital, ayudando al control del cuerpo, la mente y los sentidos. Por esto, se recomienda practicarlo en un ambiente apacible y bien ventilado (Saraswati, 2012).

Además, se debe realizar con el estómago vacío, o por lo menos tres horas después de haber comido.

Cada una de estas posturas al comienzo no debe exceder de uno o dos minutos y en forma gradual se puede ir aumentando hasta el tiempo que se desee. Se debe tener paciencia y no preocuparse si es que al principio no es capaz de realizar exitosamente algunas de estas hazañas.

En la práctica del yoga existen innumerables hazañas como por ejemplo: Medio Loto, Arado, Pez, Saludo al sol, etc. ¿Cuál es la dieta correcta para practicar yoga?. En la práctica del Yoga resulta de extrema importancia la cuestión de la alimentación. Como sistema holístico, uno de los puntos de apoyo fundamentales resulta ser la dieta adecuada (Saraswati, 2012).

La dieta yoguística es una dieta vegetariana donde se incluyen verduras, cereales, frutas, legumbres, hortalizas, etc., con el agregado de productos lácteos y sus derivados y miel de abeja. Se excluyen terminantemente todo tipo de carnes (vaca, pollo, pescados, mariscos, y huevo).

2.2.4. La Aromaterapia

La definición de acuerdo al diccionario nos dice que, la Aromaterapia es la utilización terapéutica de los efectos producidos por los aromas, en el organismo. Aromaterapia, en medicina integrativa, se entiende como el uso terapéutico de aceites esenciales extraídos de las plantas. Los aceites esenciales proporcionan a las plantas su fragancia, y sus efectos curativos sobre el cuerpo y la mente son conocidos desde la antigüedad (Dominique, 2013).

Los aceites esenciales son químicamente complejos un aceite puede contener entre 50 y 500 sustancias químicas diferentes y poseen un gran número de propiedades medicinales. Pueden dilatar o constreñir los vasos sanguíneos, servir como sedantes o estimulantes, y actuar sobre las glándulas suprarrenales, los ovarios, la tiroides o en el proceso de digestión (Brigo, 2013).

La historia de la Aromaterapia comenzó con el hombre de Neandertal. En la lucha emprendida por el hombre contra la enfermedad se pusieron a prueba miles de tratamientos, y entre ellos, los basados en las plantas, casi siempre revelaron una eficacia inestimable. La Aromaterapia, o medicina aromática, descendiente directo de la fisioterapia, existe desde tiempo suficiente como para poder considerar su valor terapéutico y su acción fisiológica benéfica. Es una medicina natural no traumatizante y desprovista de toda toxina.

Las sustancias elaboradas por las plantas, además de ser muy variadas, se adaptan sobre todo más al hombre, porque son un producto que tiene su origen en la química de la vida. Dicen que los antiguos egipcios, hace 4.500 años, utilizaban una gran variedad de aromas, algunos de los cuales eran consagrados a ciertas divinidades, por ejemplo: el incienso al sol, la mirra a la luna (Brigo, 2013).

Después de quedar en el olvido durante miles de años, los aceites esenciales aromáticos recobraron su lugar en el arsenal terapéutico, además del simple uso popular, gracias a los modernos y numerosos trabajos que siguieron a los del padre de la aromaterapia, R. Gattefosse.

Pero la Aromaterapia moderna nació en Francia en 1.928 por accidente un químico francés, René Gattefos se quemó la mano en su laboratorio, recordó que la lavanda curaba quemaduras y sumergió la mano en lavanda pura. Se curó tan rápidamente que comenzó sus investigaciones para establecer como los aceites esenciales penetran por la nariz y la piel, y actúan sobre el sistema nervioso (Brigo, 2013).

Contrariamente a lo que se piensa, la Aromaterapia no es sólo una terapia basada en olores, sino que existen numerosas formas de aplicación de estos aceites, puesto que no son los olores únicamente los que curan, sino la carga energética y la enorme cantidad de componentes químicos que forman parte de su estructura molecular. Estos aceites pueden aplicarse, siempre diluidos, en forma de cremas, lociones, linimentos, emulsión, cataplasma, ungüento, etc (Bardey, 2012).

Según los casos, los aceites esenciales se extraen de las flores, de las hojas, de las semillas, de las raíces, de los frutos, de las cortezas o de la madera.

Aroma terapéutico, quién se formó en Argentina y en Inglaterra, cuenta “Los pacientes consultan por diferentes síntomas: dolores musculares, contracturas, tensiones, dificultades para dormir, cansancio crónico, falta de energía. Después de un cuestionario sobre su estilo de vida, alimentación, y actividad, el aroma terapeuta está en condición de seleccionar los aceites esenciales adecuados para cada persona y cada caso en particular” (Tisseran, 2013).

Estos aceites pueden pasar a formar parte de la preparación que se utiliza en un masaje, o ser inhalado a través de un pequeño vaporizador (de vela), o aromatizar las aguas de un baño de inmersión. Lo importante es que a partir de allí una variedad de aromas plácidos y bellos lo envuelven, devolviéndole bienestar y serenidad.

2.2.4.1. Propiedades de los aceites esenciales.

Según Lawles (2013) los aceites esenciales que poseen propiedades son numerosos entre los cuales citaremos los más importantes:

- Alcanfor: da calor y estimula.

- Amaro: afrodisíaco, da calor y relaja.
- Árbol de té: antiséptico excelente.
- Anís: da calor y estimula.
- Benjuí: da calor y relaja.
- Canela: antiséptico y digestivo.
- Cedro: sedante.
- Ciprés: relaja y refresca.
- Clavo: antiséptico, da calor.
- Comino: da calor y estimula.
- Eucalipto: descongestiona la cabeza.
- Jengibre: da calor y es digestivo.
- Hinojo: carminativo, alivia flatulencias y dolores de estómago.
- Hisopo: descongestionante, útil en problemas respiratorios, dolores de cabeza.
- Jazmín: relaja y alivia.

2.2.5. Hidroterapia

El agua representa para el ser vivo en general uno de los elementos esenciales para su supervivencia. Al hombre, entre otras utilidades, ese líquido también le reporta beneficios inestimables cuando es usado en terapias de diversos tipos (Emoto & Fliege, 2013).

Hay documentos que demuestran el conocimiento y la utilización de la hidroterapia ya por los antiguos pueblos chinos, pero su utilización propiamente dicha solamente se difundió a partir del siglo XIX, cuando el pastor protestante Sebastián Kneipp la sistematizó.

La hidroterapia es el proceso terapéutico que consiste en el tratamiento de todo el cuerpo o de algunas de sus partes con agua a temperaturas variadas. Puede contribuir a la curación de las enfermedades más diversas, prácticamente todas, a través de la presión ejercida sobre el cuerpo, de los baños simples o con la adición de determinados productos, del efecto de propulsión de arriba hacia abajo y de acciones localizadas. Y ello porque actúan sobre el metabolismo, el sistema nervioso y la circulación sanguínea (Fernandez, 2012).

Aunque las técnicas hidro terapéuticas fueron utilizadas en la antigüedad -Hipócrates (460 a 337 A.C.). Pero quien realmente renovó la hidroterapia moderna fue el pastor protestante Sebastián Kneipp (1.821 –1.897), cuyo postulado básico era que las enfermedades aparecen en el hombre cuando su fuerza natural es minada por una alimentación inadecuada y un modo de vida antinatural.

Sus métodos, conocidos aún hoy como la "cura de Kneipp", incluían no sólo baños completos y parciales de agua fría y caliente, sino también chorros de agua, ejercicios físicos, el uso de hierbas medicinales y una dieta saludable (Emoto & Fliege, 2013).

¿Por qué hacerse una Hidroterapia?

Una mala alimentación con nutrientes de baja calidad, el stress, la falta de ejercicio, son costumbres e influencias de nuestra época que provocan desarreglos en nuestro aparato digestivo. Los desechos prácticamente incrustados en las paredes del colon o intestino grueso impiden aún más su funcionamiento normal.

El estreñimiento es solo una de sus consecuencias. Más de la mitad de la población mundial padece de este problema. Los desechos que deben ser evacuados se fijan en el intestino grueso durante un espacio de tiempo largo. Estos se toxifican, se pudren y fermentan, siendo absorbidos de nuevo por el organismo, y en ese proceso se produce el auto envenenamiento del cuerpo y la autointoxicación (Emoto & Fliege, 2013).

Las consecuencias de todo esto son pérdida de vitalidad, cansancio, depresiones, falta de concentración, agresividad y estados de ansiedad, infecciones, reuma, afecciones cutáneas,

migrañas, alergias, hipertensión, envejecimientos prematuros, y muchas otras enfermedades se atribuyen a un mal funcionamiento del intestino (Fernandez, 2012).

Las aplicaciones de agua fría, que se hacen generalmente sobre un cuerpo que se haya calentado previamente y en un ambiente también calefaccionado estimulan el metabolismo y la producción activa de calor. También se efectúan baños de agua caliente, siendo estos más recomendados cuando se deben efectuar sobre una persona debilitada, con el cuerpo frío o deprimido, estos baños relajan y disminuyen la presión arterial. Se recomienda siempre terminarlos con un duchazo de agua fría (Avizora, 2001).

2.2.6. La reflexología

Los orígenes de la reflexología se remontan, inevitablemente, a Hipócrates, padre de la medicina occidental que vivió en el siglo V y defensor del masaje en general (Bertherat & Bernstein, 2010).

No obstante, la ordenación actual del masaje zonal es obra reciente del médico norteamericano William H. Fitzgerald (1.872 1.942), que empezó a dar a conocer sus teorías. Según dicho autor el cuerpo humano se halla atravesado, en sentido longitudinal, por diez meridianos, que lo dividen en otras tantas zonas, cada una de ellas ocupada por determinados órganos cuyo "reflejo" se encuentra en áreas perfectamente definidas de los pies y de las manos. Sobre este planteamiento de origen se han producido numerosas variantes, sobre todo en lo referente a la técnica de masaje de las distintas zonas de los pies y de las manos, que no tienen una indicación concreta, pudiendo cada uno seguir sus propias directrices.

En los pies y en las manos existen áreas que son el reflejo de cada componente del organismo. La actuación sobre esas zonas puede ayudar a mejorar las funciones de órganos y aparatos, para que recuperen el equilibrio perdido o se opongan a la agresión de agentes capaces de desarrollar enfermedades (Dethlefsen T., 2010).

En efecto, están convencidos de que en los pies y en las manos existen zonas representativas de todas las demás partes del cuerpo, con las cuales están conectadas por vía nerviosa.

Además, consideran que, como consecuencia de influencias ambientales desfavorables, se puede registrar una ingente acumulación de sales de calcio y de cristales de ácido úrico en las terminaciones nerviosas de los pies, bloqueándolas y en consecuencia alterando la estimulación normal de glándulas y órganos.

Determinados masajes pueden contribuir a la eliminación de estos cristales y sales, devolviendo así a los órganos su estimulación normal y en consecuencia la capacidad de recuperar en poco tiempo sus funciones normales.

¿Cómo se realiza?

Se sugiere realizarlo mediante presión con el pulgar, imprimiendo un movimiento similar al que emplearíamos para pulverizar un terrón de azúcar con el pulgar de una mano sobre la palma de la otra. Ante todo, es muy importante la posición tanto del masajeador como del masajista. Lo mejor, naturalmente, es que el paciente se tumbe con un cojín bajo las rodillas y el pie posado sobre las rodillas del masajista, el cual debe colocarse en una postura que le garantice la mayor comodidad posible. El movimiento del pulgar (o de otros dedos) sobre la parte masajeadora debe ser lento, profundo y circular.

Dado que, presumiblemente, en el masaje zonal se produce un auténtico intercambio energético entre masajeador y masajista, una especie de comunión, es conveniente que también este último se relaje y trate de respirar, mientras dura el masaje, en sintonía con su paciente (Grinberg, 2010).

Las toxinas que se liberan durante el masaje deben ser eliminadas. Para evitar acumulaciones peligrosas es conveniente espaciar las sesiones, del mismo modo que se aconseja que cada sesión vaya seguida de un corto descanso. El éxito del tratamiento depende de la habilidad con la que se lleva a cabo. El principio fundamental es reducir la tensión y facilitar el flujo de sangre al área afectada. La Reflexología, según sus cultivadores, estimula además el flujo de energía fina, que revitaliza así todo el organismo (Dethlefsen & Dahlke, 2010).

2.2.6.1. El objetivo de la reflexología

El objetivo de la Reflexología es obtener una respuesta saludable de los órganos, sistemas o estructuras a través de la adecuada estimulación aplicada a su correspondiente micro

reflejo, logrando con ello establecer el balance natural de la energía y funcionalidad armónica de todo el organismo (Dethlefsen & Dahlke, 2010).

2.2.7. Estudio económico / financiero

En el estudio de la viabilidad económica se pretende definir, mediante la comparación de los beneficios y costos estimados de un proyecto, si es recomendable su implementación y posterior operación. En la concreción de esta viabilidad se reconocen tres etapas o niveles en que se clasifican los estudios de acuerdo con su profundidad y con la calidad y cantidad de información utilizada, siendo la última de tales etapas la de factibilidad. En este punto centraremos este capítulo, en nuestro intento de clarificar los conceptos, técnicas y metodologías acerca de la formulación y evaluación de proyectos (Acosta, 2011).

Aquí se demuestra lo importante: ¿La idea es rentable?.. Para saberlo se tienen tres presupuestos: ventas, inversión, gastos. Que salieron de los estudios anteriores. Con esto se decidirá si el proyecto es viable, o si se necesita cambios, como por ejemplo, si se debe vender más, comprar maquinas más baratas o gastar menos.

Hay que recordar que cualquier "cambio" en los presupuestos debe ser realista y alcanzable, si la ganancia no puede ser satisfactoria, ni considerando todos los cambios y opciones posibles entonces el proyecto será "no viable" y es necesario encontrar otra idea de inversión (Benítez & Miranda, 2010).

2.2.8. Indicadores financieros

2.2.8.1. VAN

El VAN es un indicador financiero que mide los flujos de los futuros ingresos y egresos que tendrá un proyecto, para determinar, si luego de descontar la inversión inicial, nos quedaría alguna ganancia. Si el resultado es positivo, el proyecto es viable (Raimon, 2013).

Basta con hallar VAN de un proyecto de inversión para saber si dicho proyecto es viable o no. El VAN también nos permite determinar cuál proyecto es el más rentable entre varias opciones de inversión. Incluso, si alguien nos ofrece comprar nuestro negocio, con este

indicador podemos determinar si el precio ofrecido está por encima o por debajo de lo que ganaríamos de no venderlo (Raimon, 2013).

La fórmula del VAN es:

$$\text{VAN} = \text{BNA} - \text{Inversión}$$

2.2.8.2. TIR

La TIR es la tasa de descuento (TD) de un proyecto de inversión que permite que el BNA sea igual a la inversión (VAN igual a 0). La TIR es la máxima TD que puede tener un proyecto para que sea rentable, pues una mayor tasa ocasionaría que el BNA sea menor que la inversión (VAN menor que 0) (crecenegocios.com, 2015).

Entonces para hallar la TIR se necesitan:

- tamaño de inversión.
- flujo de caja neto proyectado.

2.2.9. Muestreo

2.2.9.1. Tamaño de la muestra

En Estadística el tamaño de la muestra es el número de sujetos que componen la muestra extraída de una población, necesarios para que los datos obtenidos sean representativos de la población.

2.2.9.2. Presentación del muestreo

Al realizar un muestreo probabilística nos debemos preguntar ¿Cuál es el número mínimo de unidades de análisis (personas, organizaciones, capítulo de telenovelas, etc), que se necesitan para conformar una muestra (n) que me asegure un error estándar menor que 0.01 (fijado por el muestrista o investigador), dado que la población N es aproximadamente de tantos elementos (Lohr, 2010).

En el tamaño de una muestra de una población tenemos que tener presente además si es conocida o no la varianza poblacional. Para determinar el tamaño de muestra necesario para estimar con un error máximo permisible (e) prefijado y conocido la cantidad poblacional (n) podemos utilizar la fórmula:

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

n= Tamaño de la muestra

N= Unidad Objetiva (cantidad de habitantes)

p= Probabilidad de aceptación (0.05)

q= Probabilidad de rechazo (0.05)

e= Margen de error (0.08)

Z= Nivel de Confianza (1.92)

2.2.10. FODA

El FODA es una herramienta de análisis estratégico, que permite analizar elementos internos o externos de programas y proyectos (Durán, Bueno, & Cruz, 2007)

El **FODA** se representa a través de una matriz de doble entrada, llamado **matriz FODA**, en la que el nivel horizontal se analizan los factores positivos y los negativos.

En la lectura vertical se analizan los factores internos y por tanto controlables del programa o proyecto y los factores externos, considerados no controlables.

2.2.10.1. Las Fortalezas

Son todos aquellos elementos internos y positivos que diferencian al programa o proyecto de otros de igual clase (Bueno Campos, Cruz, & Durán., 2011)

2.2.10.2. Las Oportunidades

Son aquellas situaciones externas, positivas, que se generan en el entorno y que una vez identificadas pueden ser aprovechadas (Bueno Campos, Cruz, & Durán., 2011)

2.2.10.3. Las Debilidades

Son problemas internos, que una vez identificados y desarrollando una adecuada estrategia, pueden y deben eliminarse (Bueno Campos, Cruz, & Durán., 2011).

2.2.10.4. Las Amenazas

Son situaciones negativas, externas al programa o proyecto, que pueden atentar contra éste, por lo que llegado al caso, puede ser necesario diseñar una estrategia adecuada para poder sortearla (Bueno Campos, Cruz, & Durán., 2011).

CAPÍTULO III

METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

3.1. Localización

3.1.1. Macrolocalización

AQUALEAD será establecido en el cantón Quevedo, provincia de Los Ríos, cuyos límites son: al norte el Rcto. Cuatro Mangas, al sur la entrada a Mocache, a este el río Quevedo, y al oeste el estero de Aguas Blancas., entre las coordenadas $1^{\circ}02'00''S$ $79^{\circ}27'00''O$.

3.1.2. Microlocalización

El Centro de Bienestar Corporal y Espiritual “AQUALEAD” estará ubicado en la Provincia de los Ríos cantón Quevedo, parroquia San Camilo en el Km 5 vía a Valencia, al sur del centro urbano. Su ubicación en la división política será específicamente tal como se muestra en la siguiente imagen:

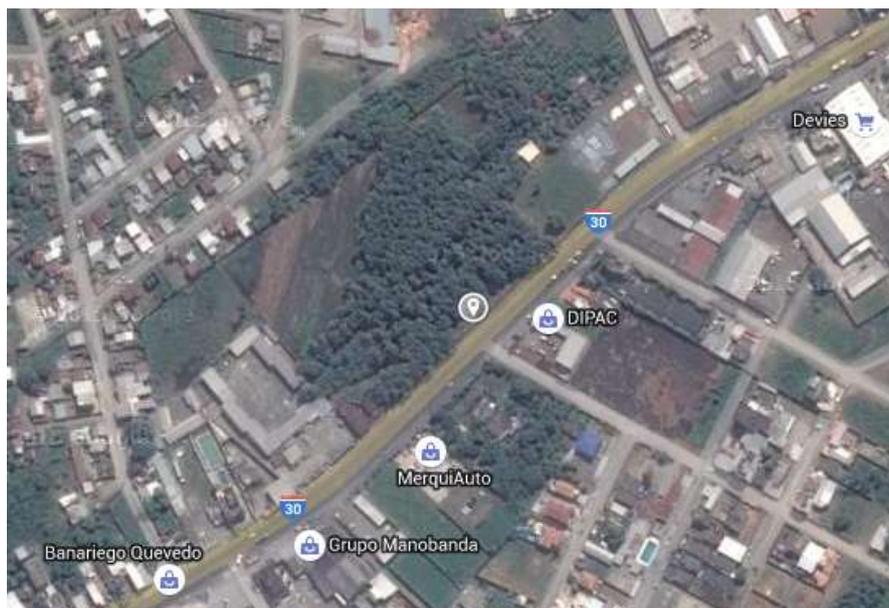


Figura 1: Localización del proyecto

3.2. Tipo de Investigación

3.2.1. Investigación de campo

Se llevó a cabo una extracción de datos de la realidad mediante técnicas de recolección de datos (encuestas) a fin de alcanzar los objetivos planteados en la investigación.

3.2.2. Investigación bibliográfica

Se lo utilizó para la realización de todo el proceso investigativo ya que permitió analizar, evaluar y buscar fuentes de consulta primarias y secundarias de libros, informes, internet, entre otros; para obtener información importante a través de la lectura científica para el marco teórico.

3.2.3. Investigación descriptiva

Dio a conocer las características del objeto de estudio, lo que así mismo, nos llevó a la conclusión, mediante la observación de la factibilidad del plan trazado.

3.3. Métodos de investigación

3.3.1. Método Inductivo

Se realizó un estudio en general del proceso funcional, productivo y administrativo de la empresa, la información obtenida por medio de la observación y las encuestas sirvieron para la elaboración del proyecto y establecer conclusiones al final del proceso investigativo.

3.3.2. Método Deductivo

Se utilizó el razonamiento para obtener conclusiones que parten de hechos particulares aceptados como válidos, para llegar a conclusiones, cuya aplicación sea de carácter general.

3.3.3. Método Analítico

Permitió realizar el plan de factibilidad aplicando como instrumento encuestas con preguntas reestructuradas a los propietarios de la empresa, además se analizaron la inversión, costos fijos y costos variables que intervienen directamente en el proceso de producción para cumplir con los objetivos de la presente investigación.

3.3.4. Método de síntesis

Implica la síntesis, esto es, unión de elementos para formar un todo. El juicio analítico implica la descomposición del fenómeno, en sus partes constitutivas. Es una operación mental por la que se divide la representación totalizadora de un fenómeno en sus partes.

3.4. Fuentes de Recopilación de Información

3.4.1. Primarias

Los datos primarios se los obtuvieron, mediante la entrevista a los moradores de la parroquia San Camilo y la encuesta a base de un cuestionario elaborado, para recopilar la información que se necesita.

3.4.2. Secundarias

Los datos secundarios se los obtuvo a través de revistas, folletos, televisión, Internet, Cámara de Comercio, etc.

3.5. Diseño de la Investigación

Por las condiciones de la investigación no se usó un diseño no experimental. Se utilizó la estadística descriptiva para la explicación del estado del mercado en función de las encuestas. La encuesta fue fundamental, en razón que se analizó toda la información obtenida en la investigación de campo. Con la encuesta se definieron las características de los demandantes, y las preferencias por la existencia de un centro de bienestar y salud mental y corporal en la parroquia San Camilo.

3.5.1. Población y muestra

3.5.1.1. Población

Según datos proporcionados por el GAD (Gobierno Autónomo Descentralizado) de la ciudad de Quevedo basados en el último censo realizado por el INEC (Instituto Nacional de Estadísticas y Censos) la población total de la parroquia San Camilo es de 25.131 habitantes.

3.5.1.2. Muestra

Con una población de 25.131 personas que habitan en la parroquia San Camilo en el cantón Quevedo, con el error admisible del 5% y con un nivel de confianza del 95 %.

$$n = \frac{No^2Z^2}{(N - 1)e^2 + o^2Z^2}$$

$$n = \frac{25131 * 0.5^2 * 1.960^2}{(25130)0.05^2 + 0.5^2(1.960)^2}$$

$$n = \frac{24135.8124}{63.7854}$$

$$n = 378 \text{ habitantes de San Camilo a encuestar}$$

3.6. Instrumentos de Investigación

3.6.1. La observación

Esta técnica permitió observar de cerca a los clientes y a obtener información relevante de los mismos para el análisis del problema en estudio. Esta técnica es la más universal y no la más antigua, porque coloca al investigador frente a la realidad de manera inmediata.

3.6.2. La encuesta

Se utilizó la encuesta o cuestionario, debido a que tiene la ventaja de formular preguntas a más personas, quienes proporcionan información de sus condiciones familiares, sociales, culturales y políticas, lo cual, proporcionó los datos estadísticos necesarios para establecer la realización del proyecto.

3.7. Tratamiento de los Datos

Todos los datos provenientes de las encuestas se tabularon y graficaron mediante Excel 2010, programa en el cual también se efectuó todo el análisis estadístico.

3.8. Recursos Humanos y Materiales

– Computadora de escritorio	1
– Laptop	1
– Impresora Multifuncional	1
– Copiadora	1
– USB	1
– Cámara filmadora	1
– CD	4
– Carpetas	4
– Agenda	1
– Lápiz	1
– Bolígrafo	2
– Libros	8
– Revistas	5
– Calculadora	1
– Resmas Hojas A4	2
– Cartuchos de tinta	2
– Bibliografía de estudio de factibilidad	

CAPÍTULO IV

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

4.1. Resultados

4.1.1. Estudio de Mercado

Resultados de la encuesta dirigida a 378 habitantes de la parroquia San Camilo.

1. ¿Cree usted que es conveniente la creación de un centro de bienestar mental y corporal en la parroquia san camilo?

Tabla 1: Conveniencia de un centro de bienestar mental y corporal en la parroquia San Camilo

Categorías	Frecuencia	Porcentaje
Mucho	378	100%
Poco	0	0%
Nada	0	0%
Total	378	100%

Fuente: Encuestas e Investigación

Elaborado por: La Autora



Figura 2: Porcentaje de necesidad de la creación un centro de bienestar mental y corporal en la parroquia San Camilo.

Análisis:

La figura 2 muestra que el 100% (378 personas) de los encuestados está de acuerdo que se cree un centro de bienestar mental y corporal en la ciudad de Quevedo, por lo tanto es evidencia de una necesidad y la vez de la importancia que demanda la construcción de este tipo de centro en la parroquia San Camilo.

2. ¿Ha asistido usted a algún sitio de bienestar mental y corporal?

Tabla 2: Asistencia de sitio de bienestar mental y corporal

Categorías	Frecuencia	Porcentaje
Mucho	56	15%
Poco	73	19%
Nada	249	66%
Total	378	100%

Fuente: Encuestas e Investigación

Elaborado por: La Autora



Figura 3: Porcentaje de asistencia a un centro bienestar mental y corporal de la muestra

Análisis:

Se observa que el 66% de los encuestados respondieron que no han asistido a algún sitio de relajamiento mental y espiritual, el 29% contestó poco y el 15% nunca ha asistido a un centro de relajación corporal y mental. Esto indica que existe un gran mercado por conquistar ya que la mayoría de los encuestados manifestaron que no han asistido a uno de estos sitios (Figura 3).

3. ¿Tiene usted idea de los servicios que ofrece un sitio de bienestar mental y corporal?

Tabla 3: Personas con conocimiento de los servicios ofrecidos por un sitio de bienestar mental y corporal.

Categorías	Frecuencia	Porcentaje
Mucho	93	15%
Poco	103	19%
Nada	182	66%
Total	378	100%

Fuente: Encuestas e Investigación

Elaborado por: La Autora

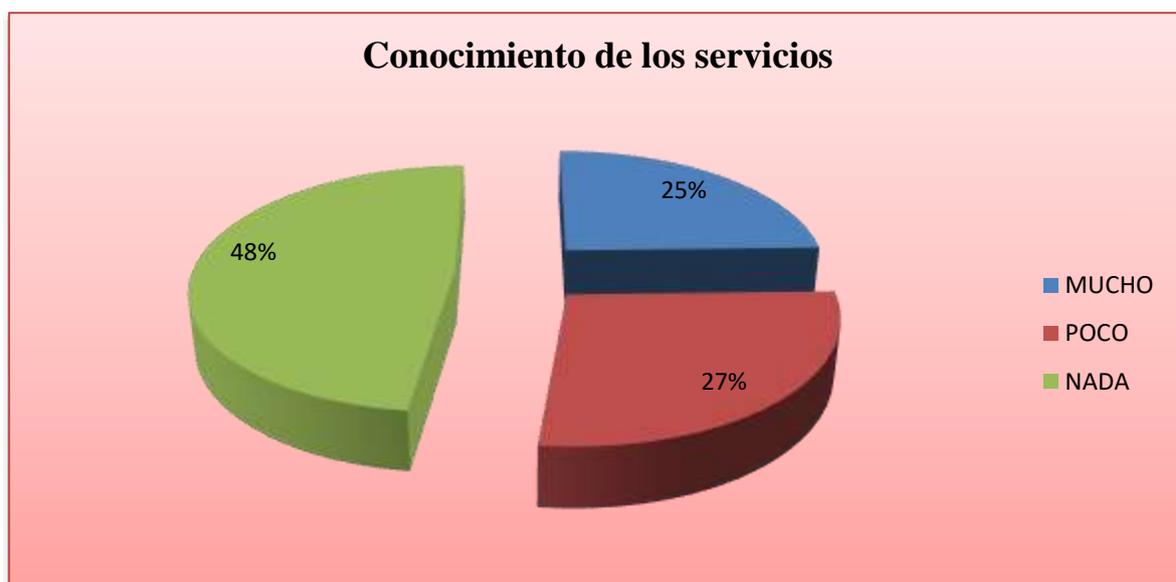


Figura 4: Porcentaje de conocimientos que tienen las personas encuestadas sobre los servicios que ofrece un centro de bienestar mental y corporal.

Análisis

Se observa la mayoría de los encuestados el 48% no tiene conocimiento, el 27% conoce poco, y el 25% si tiene una idea completa de los servicios que ofrece un centro de bienestar mental y corporal (Figura 4).

Según los resultados, la mayor parte del grupo encuestado no tiene idea de los servicios que ofrece un centro de bienestar mental y corporal por lo que es importante aplicar la propuesta de creación de uno de ellos en la parroquia San Camilo.

4. ¿Cree usted que un centro de bienestar mental y corporal a implementarse en la parroquia San Camilo ayudará a las personas que llevan un ritmo de vida acelerado a tener una vida anti-estrés y evitar problemas físicos relaciones con el estrés?

Tabla 4: Criterios de los moradores respecto a la ayuda que brindaría el centro de bienestar a implementarse para tener una vida libre de estrés.

Categorías	Frecuencia	Porcentaje
Mucho	340	15%
Poco	20	19%
Nada	9	66%
Total	378	100%

Fuentes: Encuestas e Investigación

Elaborado por: La Autora

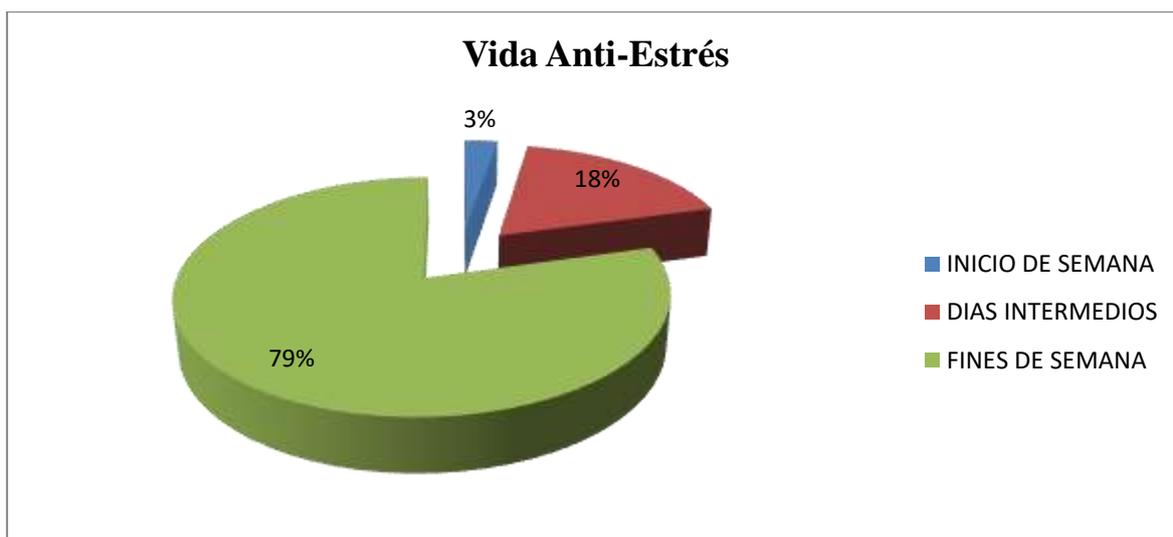


Figura 5: Porcentajes de aceptación respecto a la ayuda que brindaría el centro de bienestar mental y corporal a implementarse según los moradores encuestados.

Análisis:

De acuerdo a la Figura 5 el 90% si está de acuerdo que al asistir a un centro de bienestar mental y corporal ayudaría a prevenir problemas relacionados con el estrés, un 8% dice que poco y el 2% no cree que haya cambios si se asiste a un centro.

5. ¿Estaría de acuerdo en inscribirse en un lugar que mejore su salud mental para lograr un equilibrio espiritual?

Tabla 5: Aceptación de los moradores a inscribirse en el centro de bienestar mental.

Categorías	Frecuencia	Porcentaje
Interesados	350	93%
Poco Interesados	28	7%
Desinteresados	0	0%
Total	378	100%

Fuentes: Encuestas e Investigación

Elaborado por: La Autora

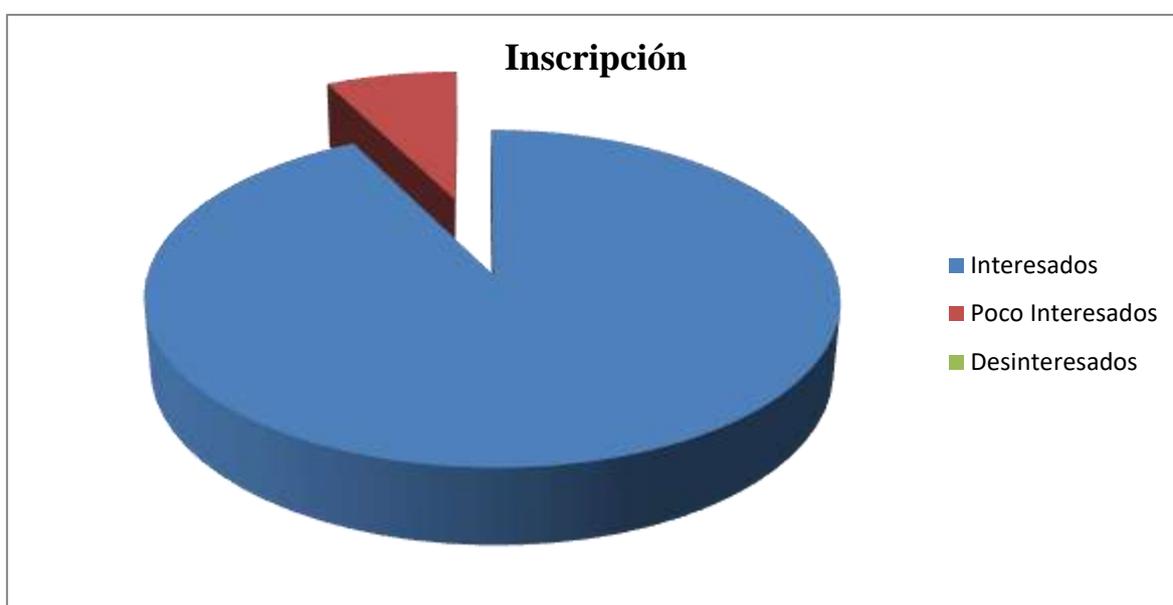


Figura 6: Porcentaje de aceptación de la muestra a inscribirse en un centro de bienestar corporal y mental

Análisis:

La Figura 6 revela que un 93% manifestaron que si estarían de acuerdo en inscribirse, mientras que un 7% está poco interesado en la inscripción al centro de bienestar mental y corporal.

Si se creara e implementara un centro de bienestar corporal y espiritual, los moradores de San Camilo, podrán disponer de un lugar para relajarse corporal y mentalmente.

6. ¿Qué le gustaría disfrutar en un centro donde se practiquen disciplinas físicas, tratamientos con agua y estimulación corporal: señale la más importante?

Tabla 6: Servicios preferidos por los moradores encuestados.

Categorías	Frecuencia	Porcentaje
Yoga	52	14%
Aromaterapia	48	13%
Hidroterapia	89	23%
Masajes	150	40%
Reflexología	39	10%
Total	378	100%

Fuente: Encuestas e Investigación

Elaborado por: La Autora

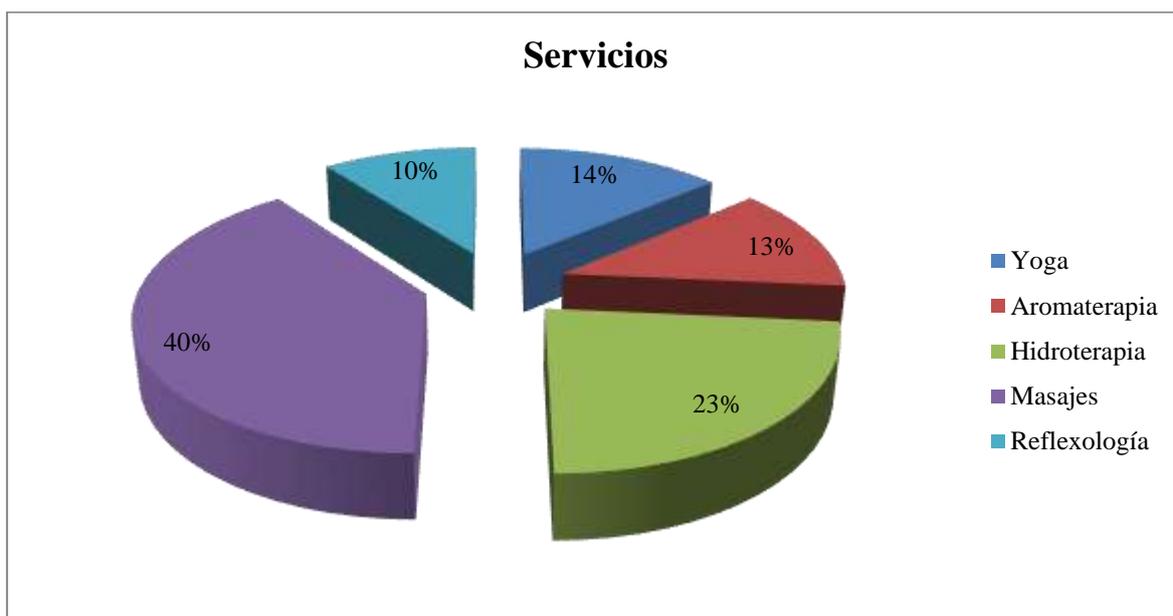


Figura 7: Porcentaje de preferencia de los moradores por los servicios ofrecidos en el centro de bienestar corporal y mental.

Análisis:

La Figura 7 muestra que el 40% de los encuestados prefieren entre los servicios los masajes, el 23% tratamientos con agua, 13% aromaterapia, 14% yoga y un 10% reflexología y como existe una gran variedad de preferencias permite considerar la propuesta de variar productos para la posible demanda.

7. ¿Cuál cree usted que sería el costo más conveniente a pagar por los servicios y tratamientos para estar más saludables y tener un bienestar mental y corporal?

Tabla 7: Costo preferencial a pagar por los servicios ofertados en el centro de bienestar corporal y mental.

Categorías	Frecuencia	Porcentaje
15 a 50 dólares	323	85%
51 a 85 dólares	55	15%
86 a mas	0	0%
Total	378	100%

Fuente: Encuestas e Investigación

Elaborado por: La Autora

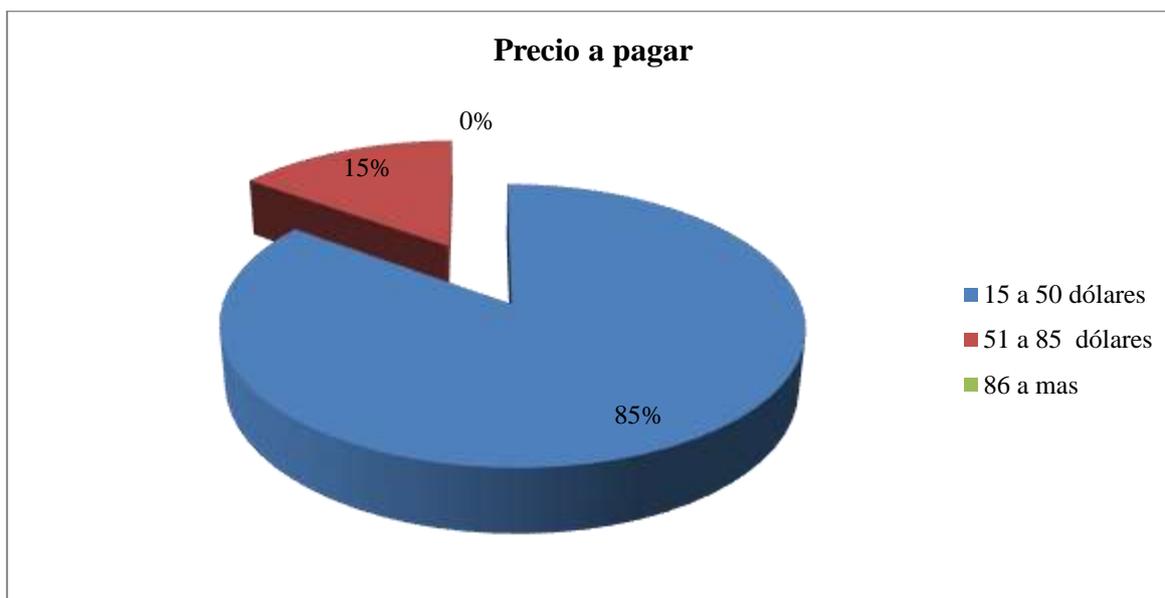


Figura 8: Porcentaje de moradores dispuestos a cancelar los diferentes precios propuestos por asistir al centro de bienestar corporal y mental.

Análisis:

De acuerdo a la Figura 8 el 85% de los encuestados preferirían pagar por cada servicio de \$15 a \$25 y un 15% está de acuerdo que el precio más conveniente es de \$26 a \$30 esto permite conocer los precios más cómodos y de preferencia a los clientes potenciales.

8. ¿Cree usted que sería conveniente realizar paquetes especiales de tratamientos corporales para reducir los costos de cada servicio?

Tabla 8: Número de moradores que creen conveniente realizar paquetes especiales de tratamientos para disminuir costos.

Categorías	Frecuencia	Porcentaje
Mucho	370	100%
Poco	0	0%
Nada	0	0%
Total	378	100%

Fuente: Encuestas e Investigación

Elaborado por: La Autora

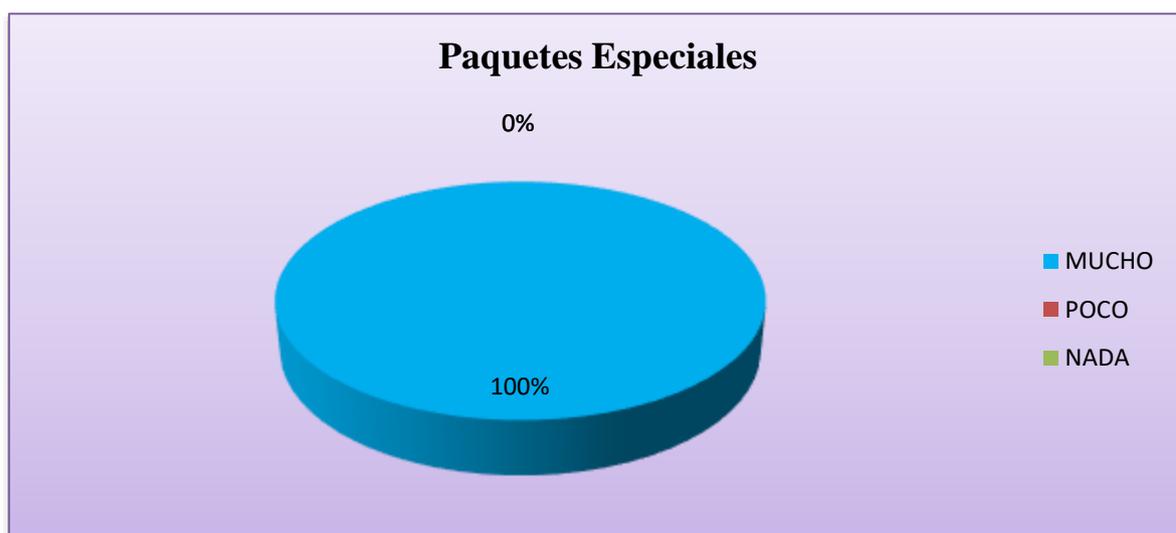


Figura 9: Porcentaje de aceptación de los moradores acerca de la realización de paquetes parciales para reducir el costo de los tratamientos.

Análisis:

La figura 9 muestra que el 100% de los encuestados prefiere que se realicen paquetes especiales con todos o servicios de su preferencia ya sea para acortar costos o para tener todos los tratamientos.

9. ¿Qué horarios sugeriría usted para su atención en un centro de bienestar corporal y espiritual sin que afectara sus múltiples obligaciones?

Tabla 9: Preferencia de horarios de asistencia sugeridos por los moradores para asistir al centro de bienestar corporal y mental.

Categorías	Frecuencia	Porcentaje
Mañana	28	7%
Tarde	112	30%
Noche	238	63%
Total	378	100%

Fuentes: Encuestas e Investigación

Elaborado por: La Autora

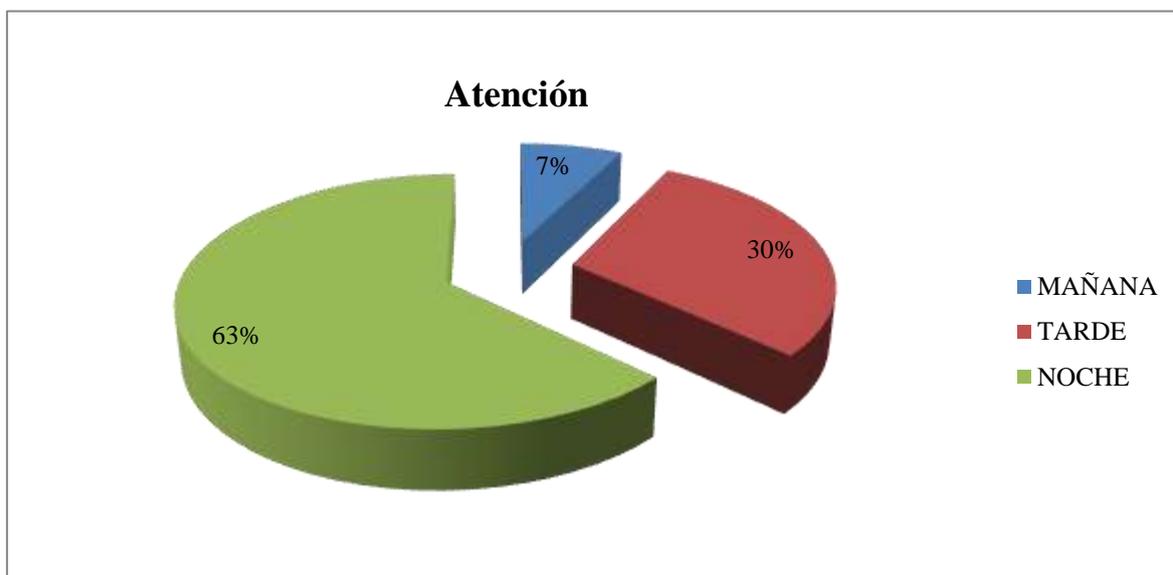


Figura 10: Porcentaje de preferencia de los moradores a los horarios de asistencia a los tratamientos ofertados en el centro de bienestar corporal y mental AQUALEAD.

Análisis:

La figura 10 muestra que un 63% prefiere horarios nocturnos para realizarse los tratamientos en el centro de bienestar mental y corporal, el 30% en tarde y un 7% prefiere las horas de mañana para realizar cualquier tipo de tratamiento.

10. ¿Qué días de la semana serían más factible asistir al Centro de Bienestar corporal y Espiritual luego de su apertura?

Tabla 10: Días factibles a asistir al centro de bienestar corporal y mental “AQUALEAD” de acuerdo a la muestra encuestada.

Categorías	Frecuencia	Porcentaje
Inicios de semana	10	3%
Días intermedios	68	18%
Fines de semana	300	79%
Total	378	100%

Fuente: Encuestas e Investigación

Elaborado por: La Autora

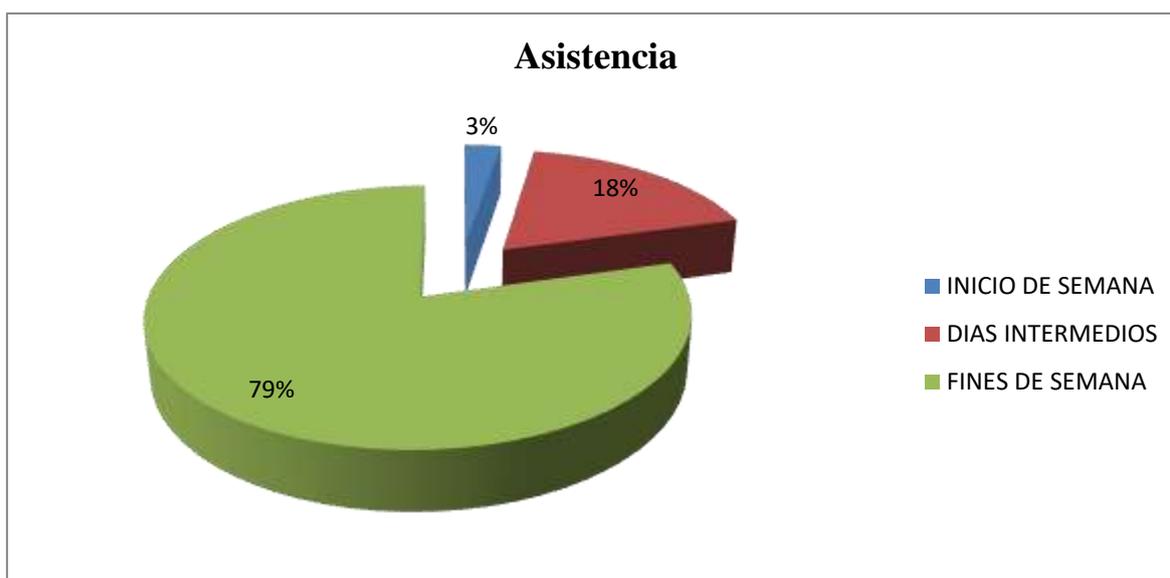


Figura 11: Porcentaje de preferencia hacia los días a asistir a AQUALEAD.

Análisis:

La figura 11 nos muestra que el 79% de los encuestados prefiere asistir al centro los fines de semana, el 18% los días intermedios y el 3% los inicios de semanas por lo que podemos sugerir que los días más convenientes para la atención del centro de bienestar corporal y mental son los fines de semana.

4.1.2. Estudio de Mercado

El estudio del mercado, permite determinar la cantidad de bienes o servicios que la población está dispuesta a adquirir a precios convenientes en un periodo determinado, y obtener datos que al ser procesados mediante herramientas estadísticas, permiten obtener como resultados la aceptación o no de un producto o servicio y obtener información de los potenciales clientes. En la parroquia San Camilo, no existe un Centro de Bienestar Mental y Corporal, que brinde dichos servicios. El estudio de factibilidad para la creación de este Centro me ha permitido conocer más a fondo, la situación social, cultural y comercial de las familias de la parroquia San Camilo.

4.1.3. Oferta y demanda

En base a las encuestas la oferta de centro similares a AQUALEAD es muy poca en la ciudad, contando con apenas 2 centros que ofrecen estos servicios, sin embargo los costos son elevados y mucha gente desconoce de la existencia de estos lugar. 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 mayor ventaja para el presente proyecto radica en que el centro a construirse va hacer completo, al ofrecer variedad de servicios, por lo cual, los clientes potenciales se sentirán satisfechos de adquirir un servicio conjunto y personalizado por profesionales dentro de cada rama, simplemente asistiendo a un solo lugar.

Tabla 11: Oferta actual del mercado meta por número de servicios

Nombre del centro	Nombre del servicio	Clientes por día	Días de atención al mes	Número de servicios ofertados al año
Silueta Spa	Masaje	8	25	2400
Melissa Spa	Meditación y masajes	12	20	2880
Total				5280

Fuente: Encuestas e Investigación

Elaborado por: La Autora

La demanda de este tipo de centro es mucha de acuerdo al relato de los habitantes, por lo tanto es factible llevar a cabo la construcción de estos locales. Al efectuar un análisis de la demanda es posible determinar la cantidad de bienes o servicios que los consumidores están dispuestos a adquirir y que justifican la realización de los programas de producción. Se debe cuantificar la necesidad real o psicológica de una población de consumidores, con disposición de poder adquisitivo suficiente y con unos gustos definidos para adquirir un producto que satisfaga sus necesidades. De acuerdo al estudio realizado la demanda está dada por el número de habitantes en la parroquia San Camilo el cual es de 25130, sin embargo es necesario establecer el porcentaje de aceptación de los servicios y la frecuencia de consumo anual; datos que se obtuvieron a través de la aplicación de la encuesta.

Tabla 12: Demanda actual del mercado meta por número de servicios

Servicios	Población de consumidores	Aceptación (%)	Frecuencia de consumo anual	Demanda por número de servicios
Yoga	3518	14	12	422196
Aromaterapia	3267	13	12	392040
Hidroterapia	5780	23	12	693612
Masajes	10052	40	12	1206288
Reflexología	2513	10	12	301572
Total	25130	100		3015720

Fuente: Encuestas e Investigación

Elaborado por: La Autora

El total de la demanda en número de servicios es de 3015720 servicios al año; distribuidas para yoga 422196, aromaterapia 392040, hidroterapia 693612, masajes 1206288 y reflexología con 301572; dichas cantidades son el resultado del total de la población que acepta el consumo de los servicios por la frecuencia de consumo anual para cada uno de ellos.

La demanda insatisfecha es la relación entre demanda y oferta, siempre y cuando la demanda sea mayor que la oferta lo que quiere decir aquel porcentaje de consumidores que no han sido cubiertos en el mercado, convirtiéndose estos en posibles clientes de los servicios que pretendemos ofertar.

Tabla 13: Demanda insatisfecha del mercado meta.

Servicios	Demanda	Oferta	Demanda Insatisfecha
Yoga	422196	0	422196
Aromaterapia	392040	0	392040
Hidroterapia	693612	0	693612
Masajes	1206288	5280	1201008
Reflexología	301572	0	301572
Total	3015720		

Fuente: Encuestas e Investigación

Elaborado por: La Autora

4.1.4. Marketing mix

4.1.4.1. El servicio (Producto)

El Centro de Bienestar Corporal y Espiritual “AQUALEAD” ofrecerá un servicio especializado en el mejoramiento de la estética corporal y salud mental dirigido a hombres y mujeres en la Ciudad de Quevedo. Es necesario mencionar la calidad indiscutible en tratamientos diseñados para satisfacer múltiples necesidades, lo que permitirá la fidelización de los clientes y hará que nuestra propuesta se diferencie de la competencia. Entre los principales servicios tenemos: hidroterapia, masaje de cuerpo, aromaterapia, clases de yoga, paquetes de relajación.

El cliente recibirá el asesoramiento profesional sobre todo cuando ingresa por primera vez ya que tiene intenciones de experimentar algún tratamiento recomendado por sus bondades y beneficios para conseguir bienestar integral.

El sector estético comprende un nivel de rivalidad considerable pero definitivamente las proyecciones de rentabilidad sugieren la presencia de nuevas alternativas para atender a una demanda insatisfecha, preocupada de lucir y sentirse bien en un mundo globalizado en donde las preocupaciones, rutinas diarias excesivas provocan altos niveles de estrés alterando la rutina diaria de cada individuo.

La existencia de locales competidores demuestra el nivel de captación que mantienen dichos establecimientos y el crecimiento acelerado del sector en los últimos años refine la aparición de nuevos mercados como el masculino que se ha posesionado fuertemente ante las exigencias de una sociedad consciente de que la imagen es la carta de presentación en cualquier ámbito sobre todo laboral.

4.1.4.2. Precio

El centro de Bienestar Corporal y Espiritual “AQUALEAD” tiene variación en cuanto a su precio de acuerdo a los diferentes tratamientos aplicados a cada tipo de problema, por lo general van desde \$15.00 hasta los \$85.00 dependiendo del número de sesiones necesarias que serán aplicadas previo al diagnóstico y con aceptación del cliente.

Mediante la investigación de mercado se obtuvo los precios promedios de los servicios que se dan en este tipo de servicio y en relación a ellos determinamos el precio de venta al público que manejara el negocio, en espera de que sea poco probable ser superado por la competencia. La rentabilidad depende la referencia de una demanda que reconocerá la posición de una manera dentro del mercado y así mismo en la mente de los clientes se mantendrá siempre y cuando el servicio que fue dado cubrió sus expectativas.

El precio de los servicios que se brindaran en el “Centro de Bienestar Corporal y Espiritual AQUALEAD” se realizó mediante la investigación de los costos de los productos en el mercado y los precios de la competencia, como se muestra en la siguiente tabla:

Tabla 14: Lista de precios de los tratamientos del “Centro de Bienestar Corporal y Espiritual AQUALEAD”

Tratamiento	Costo
Hidroterapia	\$50,00
Masaje de Cuerpo	\$15,00
Aromaterapia	\$25,00
Clases de Yoga	\$60,00
Paquetes de relajación	\$85,00

4.1.4.3. Plaza

El Centro de Bienestar Corporal y Espiritual “AQUALEAD” mantiene una comunicación directa en cuanto a los servicios que se ofrecen es decir vendedor – consumidor final. El referido servicio se proporciona mediante previa cita lo que permitirá un tratamiento personalizado directamente a los clientes en el lugar, momento y en las condiciones adecuadas. La adquisición de los productos o insumos se realizaran mediante el canal de distribución correspondiente aunque el proceso será largo es aplicable en este tipo de negocio.

La discreción en cuanto al servicio que proporcionamos establece una referencia marcada en relación a otros Centros Anti estrés. Por lo cual hay que tratar con cuidado extremo al considerar que ciertos productos no pueden ser expuestos o consumidos en lugares ajenos a las instalaciones del Centro. Estamos conscientes que al mejorar los canales de distribución estamos asegurando la evolución en ventas y por lo tanto el futuro exitoso del negocio.

4.1.4.4. Promoción

El Centro de Bienestar Corporal y Espiritual “AQUALEAD” enfocará sus refuerzos en resaltar los beneficios de sus esfuerzos en el servicio y la exclusividad del mismo en la Ciudad de Quevedo.

Las múltiples opciones para publicitar un negocio son variadas aunque uno de los principales medios para darnos a conocer seria los escritos, mediante publicaciones semanales en la cual se detallara los paquetes de tratamientos con los respectivos precios. Los diarios que se utilizaran serán los de mayor circulación y la propaganda a utilizarse será lo suficientemente atrayente para llegar a un público puntual y obtener el impacto deseado. El Logo y el slogan del Centro de Bienestar Corporal y Espiritual “AQUALEAD” es otra forma de publicitar el establecimiento para atraer al mercado Objetivo.

Entre las principales estrategias de promoción de AQUALEAD se puede considerar: convenios de descuentos del 10% a empresas y personas afiliadas al presentar credencial, se realizarán alianzas estratégicas con empresas de alojamiento y turísticas de la zona para incrementar el número de clientes.

4.1.4.4.1. Publicidad

Las estrategias de publicidad que se utilizara son de tipo informativa por medio de trípticos que enfatizan la misión del negocio así como la ventaja competitiva del mismo y los servicios que ofrece el centro, además se realizarán anuncios en la prensa escrita, en las redes sociales y el periódico.

4.1.4.4.2. Logotipo de la empresa



Figura 12: Logotipo Centro de Bienestar Corporal y Espiritual “AQUALEAD”

4.1.5. Estudio Técnico

4.1.5.1. Dimensiones



Figura 13: Croquis de los diferentes compartimientos del Centro de Bienestar mental y Corporal.

El tamaño total del Centro de Bienestar Corporal y Espiritual “AQUALEAD” será de 300 m², el área de construcción total es de 200 m², quedando un área de 50 m² para jardines y área de tránsito 50 m².

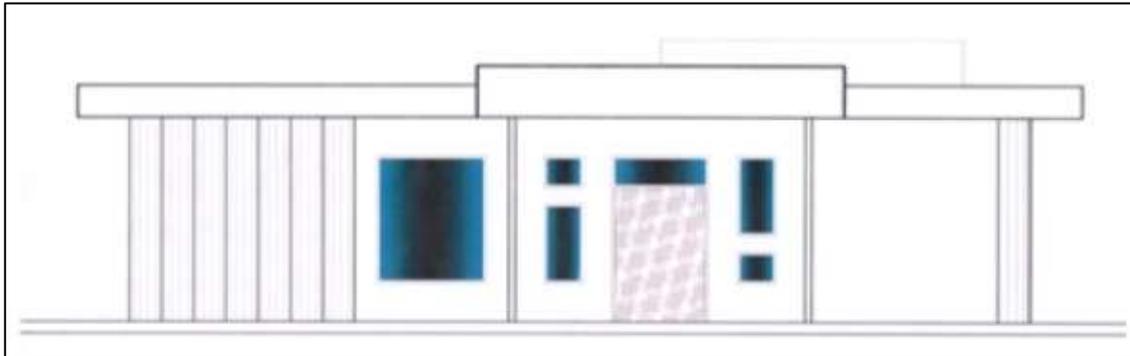


Figura 14: Fachada frontal del “Centro de Bienestar Corporal y Espiritual AQUALEAD”

Áreas del Centro de Bienestar Corporal y Espiritual “AQUALEAD”

- Recepción
- Sala de espera
- Gerencia
- Aromaterapia y masajes
- Sala de reflexión
- Sauna de hombres
- Sauna de mujeres
- Hidroterapia

4.1.5.2. Técnicas de construcción.

En el lote de terreno plano tiene un área total de 300 m², se ha establecido tiempo de construcción, que será aproximadamente 9 meses el tipo del diseño será moderno, con materiales de construcción de tipo cemento y acorde a las necesidades y requerimientos establecidos.

La mencionada construcción se desarrollará en los 300 m², utilizando una cimentación, dados de columnas, riostras y columnas de hormigón armado.

Para el techado del área de las piscinas se utilizará una cubierta de policarbonato. La obra se construirá sobre un terreno debidamente compactado, el constructor realizará excavaciones necesarias para la implantación de los plintos, riostras, instalaciones de tuberías eléctricas y sanitarias, debiendo luego rellenar, compactar y reconformar el terreno.

Es necesario que se considere la presencia de un Ing. Civil formalmente delegado para ejercer la dirección técnica y residencia de la obra con la facultad de tomar decisiones y absolver las indicaciones de la fiscalización hasta la culminación de la obra. Mientras dure la construcción y hasta su terminación, el constructor mantendrá la obra completamente limpia y ordenada en todas sus partes. Para las tareas de construcción se va a considerar todas las precauciones de seguridad y protección para evitar accidentes de trabajo y daños materiales al personal de la obra en construcción.

Los materiales que se deben utilizar para la construcción del Centro de Bienestar Mental y Corporal, son ladrillo, cemento, recubrimientos cerámicos, cristal, estuco de cal, suelos antideslizantes no porosos, techos hidrófugos antibacterianos, perfiles y tuberías de cobre, acero inoxidable, y polietileno .

• **Construcción de piscinas**

Las piscinas estarán construidas siempre por el sistema de desborde perimetral para asegurar la correcta limpieza de toda la superficie. El sistema de desborde facilita que la grasa que está en la superficie se dirija a los filtros de depuración y, sobre todo, evitará los bordes oscuros de grasa que se producen en la pared. Las piscinas estarán siempre aisladas térmicamente por el exterior con poliuretano proyectado con un grosor mínimo de 60 mm.

La construcción de piscinas de 30 °C, de 35 °C y agua natural requieren una atención especial para evitar las fugas de agua en los vasos, mantener la limpieza del agua en el fondo y en sus paredes y garantizar la eficacia del hidromasaje mediante el caudal y la presión de los diferentes sistemas de los chorros de agua y de aire.

• Impermeabilización y aislamiento

La impermeabilización y el aislamiento térmico de todo el local son factores muy importantes para evitar problemas de manchas en el exterior y cada una de las divisiones, tanto por encima, por debajo o en los laterales.

• Salas para ejercicios de reflexión

Los pisos estarán acabados con materiales antideslizantes, no porosos y de fácil limpieza,

• Ventilación

Se crearán tres zonas para la ventilación y climatización. En vestuarios y recepción se pondrán instalaciones de frío, calor y ventilación.

En las cabinas de tratamientos se recurrirá a ventilación y sistemas de frío y calor con control independiente, para que pueda ser controlado y regulado por el especialista que trabaja en cada cabina.

• Iluminación

La iluminación de las instalaciones de termalismo se hará de tal manera que los focos lumínicos no se proyecten directamente sobre la vista de los usuarios.

Mientras que la iluminación de las piscinas es un factor estético importante y al construirlas deben tener en cuenta el recambio de lámparas y la estanquidad.

4.1.5.3. Tipos de Maquinaria

- Sauna
- Terma
- Hidromasaje

- Aire acondicionado

- Plazmas

- Copiadora

- Teléfono

- Computadora

- Impresora

- Muebles y enseres

- Muebles de oficina

- Otros materiales

4.1.5.4. Personal

El Personal destinado para la contratación Profesional del Centro de Bienestar Mental y Corporal “AQUALEAD” en la parroquia San Camilo son:

- Gerente General / Contador.

- Secretaria – Recepcionista.

- Masajista (2)

- Profesor de Yoga.

- Conserje

4.1.5.4.1. Descripción de funciones

a) Gerente General / Contador.

Área: Administrativa

Supervisa a: Secretaria recepcionista, Profesor de Yoga, Masajista y conserje

- **Funciones específicas:**

- Ejercer la representación Legal, Judicial y Extrajudicial de la Empresa.
- Buscar procesos eficientes y eficaces para el mejoramiento continuo.
- Ejercer las atribuciones previstas para los administradores en la Ley de Compañías.
- Trabajar directamente con todos los niveles de la Organización.
- Evaluar resultados de los reportes que semanalmente presenten los empleados de la organización.
- Distribuir y coordinar el trabajo entre los profesionales a su cargo.
- Supervisar y controlar que se cumplan los protocolos y estándares de calidad establecidos
- Atender y resolver las posibles reclamaciones o sugerencias de los usuarios.
- Controla las políticas a seguir organizativamente.
- Proyectar y coordinar programas de capacitación y entrenamiento a los empleados.
- Mantiene el clima Laboral adecuado.

- Efectuar análisis y planificaciones financieros.
- Tomar decisiones en cuanto a inversiones.
- Manejar evaluaciones de Rendimiento Financiero
- Tomar decisiones de Financiamiento
- Negociar presupuestos operativos.
- Estudiar e interpretar los resultados obtenidos en los Estados Financieros

- **Requisitos Mínimos:**

- Título en Ingeniería en Gestión Empresarial, Administración, Finanzas o carreras afines.
- Experiencia mínima de 3 años en áreas similares.
- Don de mando y liderazgo participativo.
- Alta capacidad de relacionarse con los niveles de la Empresa.
- Alto grado de Responsabilidad
- Fluidez verbal

b) Secretaria-Recepcionista

Se reporta a: Gerente General

- **Funciones Específicas:**

- Recibir visitas de clientes y arreglar entrevistas con Empresarios.

- Manejar la Central telefónica
 - Causar buena impresión de la Compañía a favor de las Relaciones Publicas
 - Manejo de herramientas de office.
 - Organizar el envío y la recepción de paquetes.
 - Elaborar oficios y memorándums según los requerimientos.
 - Manejar la agenda de clientes del Centro y realizar llamadas oportunas cuando se requiera para promocionar paquetes de servicios.
 - Organizar la agenda y la planificación diaria de tratamientos.
 - Atender y resolver las posibles reclamaciones o sugerencias de los usuarios.
 - Realizar los inventarios y pedidos de materiales y cosméticos.
 - Informar a la Gerencia del Centro de las incidencias sugeridas
- **Requisitos Mínimos:**
 - Visión clara, voz agradable y bien articulada.
 - Dominio de su idioma y de otros más.
 - Cursando la carrera universitaria y Título Universitario de Secretaria Ejecutiva
 - Experiencia mínima de 1 años en cargos similares.
 - Cursos o seminarios realizados para el mejoramiento del servicio al cliente, manejo de archivos, redacciones comerciales o técnicas a fines.

c) **Masajista**

Se reporta a: Gerente General

- **Funciones Específicas:**

- Realizar masajes o tratamientos de manera profesional y personalizada.
- Brindar todos los tratamientos que figuran en la lista de servicios.
- Garantizar que todas las áreas de trabajo estén limpias y acomodadas según los procedimientos.
- Enseñar a los clientes a cuidar adecuadamente su piel.
- Responder las preguntas de los clientes con conocimiento y de manera profesional.
- Sugerir al cliente otros tratamientos beneficiosos que ofrece el spa y recomendarle productos para que use en su casa.
- Informar los productos que se necesitan.
- Habilidad para ofrecer servicios y vender productos.

- **Requisitos:**

- Educación Título Secundario o equivalente.
- Certificado apropiado exigido por el estado y las entidades locales.
- Un año mínimo de experiencia en cargos similares.
- Licencias/Certificaciones Todas las licencias exigidas por el estado y las entidades locales.

d) Profesor de Yoga

Área: Administrativa

Se reporta a: Gerente General

- **Funciones Específicas:**

- Proporcionar el diagnóstico y tratamientos adecuados relacionado a la problemática mental del individuo.
- Proporcionar los tratamientos Antiestrés mediante sesiones de relajación, aplicando técnicas de yoga para lograr modificaciones de la conducta relacionadas con la percepción de la propia imagen.

- **Requisito Mínimos:**

- Capacitación en Técnicas de Yoga.
- Experiencia mínima comprobada de 1 año en cargos similares.

e) Conserje

Se reporta a: Gerente General

- **Funciones Específicas:**

- Mejorar la experiencia de los huéspedes durante su estadía.
- Ofrecer información sobre los servicios disponibles y las instalaciones del centro de bienestar corporal y espiritual, los puntos de interés y las atracciones de entretenimiento.

- Denunciar conductas sospechas de los clientes.
 - Ayudar al Asistente Administrativo en tareas como la autorización de las solicitudes de crédito.
 - Encargarse de los servicios de limpieza, lavandería y costura de la ropa y otros artículos de los clientes.
 - Tomar la iniciativa de saludar a los clientes de manera cordial y cálida.
 - Capacidad para ayudar a los huéspedes a levantar y cargar sus pertenencias.
- **Requisitos Mínimos:**
 - Cumplimiento de instrucciones orales o escritas específicas, frecuentemente con una rutina simple.
 - Educación título secundario o equivalente

4.1.6. Estructura Organizacional

4.1.6.1. Organigrama Organizacional “AQUALEAD”

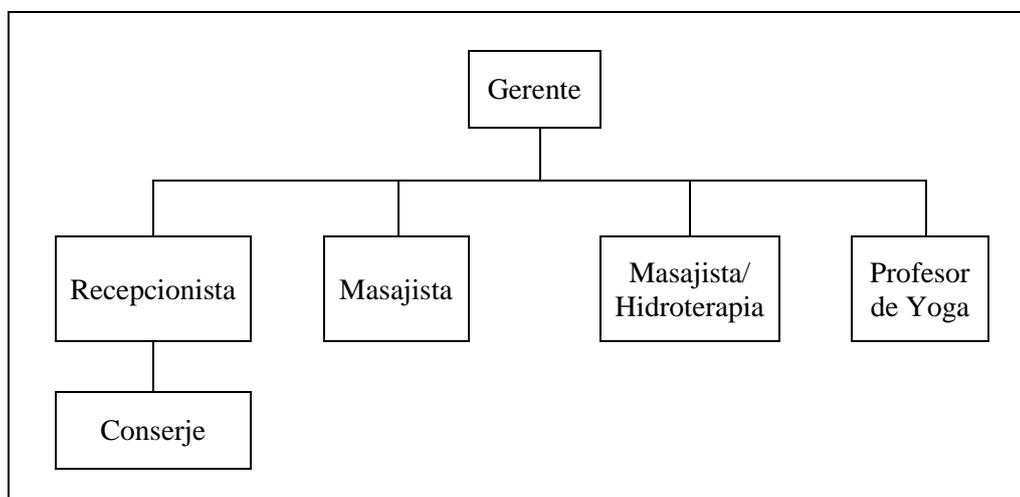


Figura 15: Organigrama organizacional de “AQUALEAD”

4.1.6.2. Diagrama de Flujo del Servicio de “AQUALEAD”

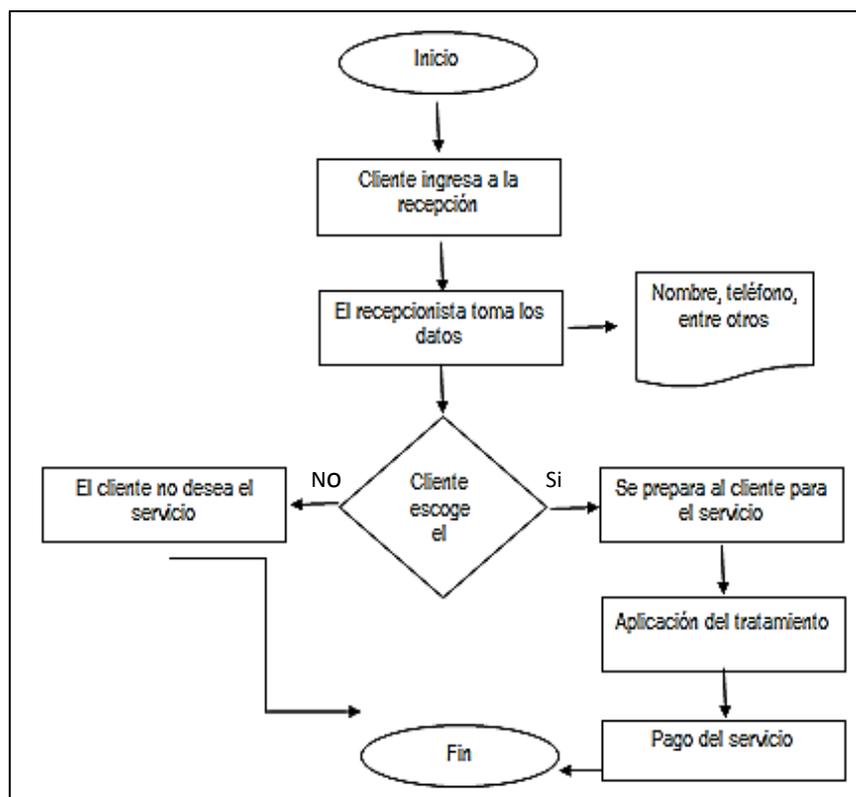


Figura 16: Diagrama de Flujo del centro de bienestar mental y corporal “AQUALEAD”

4.1.7. Actividades a Desarrollar

En el Centro de Bienestar Mental y Corporal “AQUALEAD” se pondrán desarrollar las siguientes actividades:

Descanso y relajación: esta actividad consiste en el disfrute de todas las instalaciones con las que se cuenta, ya que son propicios para disfrutar del relax y confort que brinda el ambiente campestre, solo así se podrá conseguir efectos revitalizantes, claro está es muy importante el uso adecuado de las instalaciones, siempre y cuando siguiendo las indicaciones previstas por el médico.

4.1.7.1. Masaje Facial con Crema de Algas (45 min)

Tratamiento facial con algas ideal para reafirmar los tejidos y remineralizarlos. Produce un efecto rejuvenecedor en el cutis.

4.1.7.2. Baño con Sales de Algas (45 min)

Este baño consiste en una sesión de estiramiento de músculos, luego se prepara la tina con las sales de algas, se deja disolver, luego la persona toma su tiempo de descanso en el baño, para luego enjuagarse con agua a temperatura ambiente, y salir completamente relajado. Revitaliza los tejidos, elimina el cansancio y el estrés.

4.1.7.3. Aromaterapia (75 min)

Masaje manual profundo que actúa directamente sobre los nódulos de grasa acumulados en zonas problemáticas. Mediante la aplicación de relajantes maniobras de masajes y ayudados por aceites esenciales y plantas aromáticas y medicinales, se logra equilibrar el organismo a través de la estimulación de los centros de energía.

4.1.7.4. Masaje Corporal (75 min)

Tratamiento reductor de algas marinas, indicado para la celulitis, adiposidades localizadas, estrías y flacidez. Se aplica de forma directa la crema de algas en todo el cuerpo 152 mediante masajes, haciendo más énfasis en zonas específicas o alguna otra área afectada.

4.1.7.5. Agua Relajante (5 horas)

Conjunto de tratamientos conformado por: Masaje corporal de algas (75 minutos), masaje facial de algas (45 minutos) baño en sales de algas (45 minutos), uso de circuito de piscinas (120 minutos), tiempo de intervalo entre cada aplicación de tratamiento (15 min.).

4.1.7.6. Uso de Piscinas y Duchas

Se ofrecerá un Circuito Termal que tendrá un orden específico el cual se aplicará a todas las personas, habiendo variantes en cada caso específico.

4.1.7.7. Circuito Relax

Este circuito consta del uso de las 3 piscinas del centro en conjunto con las duchas y uso del chorro jet, baño turco y terma. Los beneficios de cada uno se detallan a continuación:

4.1.7.8. Ducha de Inicio

Es la primera ducha en función, se realiza en todo el cuerpo para preparar a las personas para luego hacer uso de la ducha de desinfección. Tiempo de uso: 3 minutos

4.1.7.9. Duchas de Aceites Esenciales

Técnica de aplicación con uso de agua potable, esta ducha sirve para producir choques de agua caliente y fría. La salida del agua es por varios orificios, en la cual se combinará aceites relajantes y revitalizantes para la piel, esencial para dar ese toque final al tratamiento de baños en las piscinas. Sirve para equilibrar el sistema circulatorio. Tiempo de uso: 5 minutos.

4.1.7.10. Chorros Jet

Estos tratamientos de hidromasajes son proporcionados con la intervención de un terapeuta, produciendo choques de agua caliente-fría, controlando presión, temperatura y ciclos. La salida del agua es por un solo orificio, pueden ser a varios tipos de temperatura o presión. Se aplica en forma circular, en eses o en zigzag, siguiendo un recorrido determinado por la zona que se quiere tratar. La duración es de 3 a 5 minutos y está indicado para disminuir las contracturas musculares y estimular la circulación. Tiempo de uso: 5 minutos.

4.1.7.11. Terma

Sirve para activar la sudoración pasiva, hidratar la piel, creando así un ambiente más sano, sin los inconvenientes de sudar en seco. Tiempo de uso: 10 minutos.

4.1.7.12. Baño Turco

Sirve para hidratar la piel, producir vasodilatación³⁸ y relajarse. Tiempo de uso: 10 minutos.

4.1.7.13. Piscina Agua Temperatura Natural

Se la usa luego de los tratamientos con las piscinas de 35° y 30° C, y sirve para tonificar la piel y los músculos. Esta piscina representa el 50% de la eficacia terapéutica por estar bajo un proceso natural del agua del mar. Tiempo de uso: 5 minutos.

Es necesario tener en cuenta la Guía de Uso del Centro para utilizar y realizar correctamente cada de las actividades en las distintas instalaciones.

4.1.8. Políticas de seguridad y restricciones para el uso del “Centro de Bienestar Mental y Corporal AQUALEAD”.

- Escuchar y seguir las instrucciones del personal especializado del Centro.
- Olvidar todo tipo de preocupaciones y problemas al momento de ingresar.
- Se recomienda antes del uso de los tratamientos, tener una previa consulta y recomendación médica en los casos de artritis, artrosis, hipotonía, parálisis, columna y reeducación de la marcha. Afecciones del sistema nervioso: neuralgias, neuritis, poliomielitis, insomnio y cuadros de agitación neuromotriz.
- Todos deben traer ropa de baño, toallas y demás elementos de aseo personal.
- Se debe hacer uso de los casilleros destinados a la custodia de objetos personales.
- Los objetos de valor de preferencia deben dejarlo como custodia en la recepción mediante registro previo.
- Se debe respetar su turno y tiempo de uso de las instalación

4.1.9. Características de la empresa

El Centro de Bienestar Mental y Corporal “AQUALEAD” que se ubicara en la parroquia San Camilo del cantón Quevedo, brindará servicios de relajación y estética, esta empresa será conformada como una Sociedad Anónima, pretenderá satisfacer la demanda de la zona además de implementar una alternativa turística de salud a los visitantes.

4.1.9.1. Misión

Lograr que los clientes se sientan completamente relajados en un ambiente de tranquilidad y confianza que proporcionan las instalaciones, proporcionándole servicios de excelente calidad, ya que la salud y armonía son los más importantes.

4.1.9.2. Visión

El Centro de Bienestar Mental y Corporal “AQUALEAD” se proyecta a ser la empresa líder en el 2020 en la parroquia San Camilo, en el área de la belleza corporal y mental a través de una producción eficiente y ejecución de estándares de alta calidad.

4.1.10. Estudio Financiero

4.1.10.1. Viabilidad financiera y plan de sostenibilidad

Tabla 15: Identificación y valoración de la inversión total, costos de operación y mantenimiento, ingresos y beneficios

"Centro de Bienestar Corporal y Espiritual "AQUALEAD"							
CUADRO DE INVERSIÓN TURÍSTICA							
POSIBLES RUBROS PARA LA INVERSIÓN EN SU NEGOCIO			FINANCIAMIENTO		DEPRECIACIÓN		
		VALOR	PROPIO	TERCEROS (crédito)	VIDA ÚTIL (años)	VALOR RESIDUAL	VALOR DEPRECIACIÓN
ACTIVOS FIJOS	Terrenos (Actual o para la compra, zonas rurales o urbanas).	8.500,00		8.500,00	ACTIVO NO DEPRECIABLE		
	Construcciones (Áreas del SPA)	45.500,00	-	45.500,00	20	2.275,00	2.161,25
	Equipos(sauna, terma, hidromasaje, central de aire	7.531,20	-	7.531,20	10	753,12	677,81

	acondicionado, plasma otros)						
	Equipos de Oficina (fax, copiadoras, teléfonos y otros relacionados)	765,00		765,00	10	76,50	68,85
	Equipos de cómputo (computadoras, impresoras)	1.560,00	-	1.560,00	5	78,00	296,40
	Muebles y Enseres	1.250,00		1.250,00	10	125,00	112,50
	Muebles de Oficina	2.500,00		2.500,00	10	250,00	225,00
	Otros materiales (sábanas, toallas, salidas de baño, etc.)	563,00		563,00	10	56,30	50,67
	Vehículos para transporte de clientes				5	-	-
	VALOR TOTAL DE ACTIVOS FIJOS	68.169,20	-	68.169,20			3.592,48

CAPITAL DE TRABAJO	Mano de obra operativa (recepcionista, masajista, fisioterapeuta, limpieza).	2.645,06	2.645,06	-		
	Materia Prima (Materiales de SPA).	4.737,50	4.737,50	-		
	Insumos de SPA	300,00	300,00			
	Otros costos y gastos administrativos	395,00	395,00			
	Materia Promocional o Publicidad.	100,00	100,00			
VALOR TOTAL CAPITAL DE TRABAJO	8.177,56	8.177,56	-			
TOTAL DE LA INVERSIÓN (sumar los totales de activo fijo, capital de trabajo y activos diferidos)	76.346,76	8.177,56	68.169,20			

En la Tabla 15 se muestra la inversión total, costos de operación y mantenimiento, ingresos y beneficios, la inversión total del proyecto es de \$76.346,76, de la cual el financiamiento propio es de \$ 8.177,56 mientras que de terceros es de \$ 68.169,20.

Tabla 16: Costo de materia prima y el valor de la venta al público en forma unitaria.

Detalle	P. Venta Unitario	Costo Unitario
Masaje rostro	15,00	5,25
Masaje cuerpo	20,00	7,00
Tratamiento completo	30,00	10,50
Suma	65,00	22,75

Fuente: Encuestas e Investigación

Elaborado por: La Autora

En la tabla 16 se presentan los costos de materia prima y el valor de venta al público en forma unitaria, el masaje del rostro tiene un costo unitario de \$ 5,25 mientras que el masaje del cuerpo \$ 7,00 y el tratamiento completo tendrá un costo de \$ 10,50.

Tabla 17: Costo de mano de obra directa (sueldos y los beneficios de ley de cada persona que labora en la Organización).

Cargo	No. Empleado	Sueldo	Aporte Patronal (12,15%)	Sueldo + Aporte (mensual)	Sueldo Anual	Décimo Cuarto	Décimo Tercero	Sueldo + Décimos	Total Sueldos
Recepcionista	1	350,00	42,53	392,53	4.710,30	292,00	350,00	5.352,30	5.352,30
Masajista	2	318,00	38,64	356,64	4.279,64	292,00	318,00	4.889,64	9.779,29
Profesor de yoga	1	350,00	42,53	392,53	4.710,30	292,00	350,00	5.352,30	5.352,30
Conserje	1	318,00	38,64	356,64	4.279,64	292,00	318,00	4.889,64	4.889,64
Suma	5	1.336,00	162,32	1.498,32	17.979,89	1.168,00	1.336,00	20.483,89	25.373,53

Fuente: Encuestas e Investigación

Elaborado por: La Autora

La tabla 17 refleja los costos de mano de obra indirecta del centro AQUALEAD, donde se aprecia que se gastará anualmente: \$ 5.352,30 en recepcionistas, \$ 9.779,29 en masajistas, \$ 5.352,30 en profesor de Yoga y \$ 4.889,64 en el sueldo del conserje; dando un total de \$ 25.373,53.

Tabla 18: Costos del personal administrativo

Cargo	No. Empleado	Sueldo	Aporte Patronal (12,15%)	Sueldo + Aporte (mensual)	Sueldo Anual	Décimo Cuarto	Décimo Tercero	Sueldo + Décimos	Total Sueldos
Gerente	1	400,00	48,60	448,60	5.383,20	584,00	400,00	6.367.20	6.367.20
Suma	1	400,00	48,60	448,60	5.383,20	584,00	400,00	6.367.20	6.367.20

Fuente: Encuestas e Investigación

Elaborado por: La Autora

El costo total del personal administrativo será de \$ 6.367.20, es decir este valor se cancelará al gerente por sus servicios prestados por los 12 meses del año (Tabla 18).

Tabla 19: Costos de indirectos de producción

	Diario	Mensual	Anual
Mantenimiento de instalaciones	2,50	75,00	900,00
Suma	2,50	75,00	900,00

Fuente: Encuestas e Investigación

Elaborado por: La Autora

De acuerdo a la Tabla 19 el costo de mantenimiento de las instalaciones será de \$ 900.

Tabla 20: Capital de Operación

CAPITAL DE OPERACIÓN				
Días de efectivo en caja para capital de operación: 30				
	Unidad	Costo Primer Año	Costo Diario	Necesidad Capital de Trabajo
Materia Prima:	global			
Artículos de SPA		56.850,00	157,92	4.737,50
Insumos de SPA:	paquete			
Sábanas y toallas		3.600,00	10,00	300,00
Remuneración de Personal:	sueldo			
Mano de obra directa		25.373,53	70,48	2.114,46
Personal administrativo	sueldo	6.367,20	17,69	530,60
Otros costos y gastos administrativos:	global			
Mantenimiento de Instalaciones		900,00	2,50	75,00
Servicio Eléctrico	global	1.980,00	5,50	165,00

Agua	global	600,00	1,67	50,00
Teléfono	global	420,00	1,17	35,00
Internet	global	240,00	0,67	20,00
Suministros de oficina	global	600,00	1,67	50,00
Promoción:	global			
Publicidad (radio, prensa, tv)		1.200,00	3,33	100,00
TOTAL CAPITAL DE OPERACIÓN:				8.177,56

En la Tabla 20 se presentan los costos de operación de AQUALEAD considerando 30 días efectivos, dónde el total del capital de operación es de \$ 8177,56 por mes.

4.1.10.2. Flujos Financieros

Tabla 21: Flujo de caja proyectado.

	0	1	2	3	4	5
	2016	2017	2018	2019	2020	2021
A. INGRESOS OPERACIONALES						
Ventas por servicios de spa		165.000,00	181.500,00	199.650,00	219.615,00	241.576,50
TOTAL INGRESOS OPERACIONALES	-	165.000,00	181.500,00	199.650,00	219.615,00	241.576,50
B. EGRESOS OPERACIONALES						
Materia prima		56.875,00	62.562,50	68.818,75	75.700,63	83.270,69
Insumos por SPA		3.600,00	3.780,00	3.969,00	4.167,45	4.375,82
Mano de obra directa		25.373,53	27.657,15	30.146,29	32.859,46	35.816,81
Gastos de administración		10.207,20	10.819,63	11.468,81	12.156,94	12.886,35
Costos indirectos de producción		2.100,00	2.205,00	2.315,25	2.431,01	2.552,56
TOTAL EGRESOS OPERACIONALES	-	98.155,73	107.024,28	116.718,10	127.315,49	138.902,24
C. FLUJO OPERACIONAL (A-B)	-	66.844,27	74.475,72	82.931,90	92.299,51	102.674,26
D. INGRESOS NO OPERACIONALES						

Crédito a largo plazo	68.169,20	-	-	-	-	-
Aportación propia	-	-	-	-	-	-
TOTAL INGRESOS NO OPERACIONALES	68.169,20	-	-	-	-	-
E. EGRESOS NO OPERACIONALES						
Pago de intereses al banco	-	6.476,07	5.112,69	3.749,31	2.385,92	1.022,54
Pago de crédito al banco	-	13.633,84	13.633,84	13.633,84	13.633,84	13.633,84
Pago participación utilidades	-	8.516,36	9.865,58	11.338,52	12.948,17	14.708,89
Pago de impuestos	-	12.064,84	13.976,24	16.062,90	18.343,24	20.837,59
<u>Adquisición de activos fijos:</u>						
Terreno	8.500,00	-	-	-	-	-
Construcción Civil	45.500,00	-	-	-	-	-
Equipamiento	14.169,20	-	-	-	-	-
TOTAL EGRESOS NO OPERACIONALES	68.169,20	40.691,11	42.588,35	44.784,56	47.311,17	50.202,85
F. FLUJO NO OPERACIONAL (D-E)	-	(40.691,11)	(42.588,35)	(44.784,56)	(47.311,17)	(50.202,85)
G. FLUJO NETO GENERADO (C+F)	-	26.153,16	31.887,36	38.147,33	44.988,35	52.471,41

H. SALDO INICIAL DE CAJA	-	-	26.153,16	58.040,52	96.187,86	141.176,20
I. SALDO FINAL DE CAJA (G+H)	-	26.153,16	58.040,52	96.187,86	141.176,20	193.647,61

El cuadro de Flujo de Caja Proyectado, muestra los ingresos y egresos de la Organización con una proyección de cinco años en adelante.

4.1.10.3. Indicadores Financieros VAN Y TIR

4.1.10.3.1. Valor Actual Neto (VAN)

$$VAN = -I + \frac{FNE_1}{(1+i)^1} + \frac{FNE_2}{(1+i)^2} + \frac{FNE_3}{(1+i)^3} + \frac{FNE_4}{(1+i)^4} + \frac{FNE_5}{(1+i)^5}$$

		0	1	2	3	4	5
		2016	2017	2018	2019	2020	2021
FLUJO	NETO						
EFFECTIVO	DE	- 68.169,20	26.153,16	31.887,36	38.147,33	44.988,35	52.471,41

VAN	\$ 72.915,20
------------	---------------------

El resultado de esta relación matemática arroja un valor actual Neto de \$ 72.915,20 lo que indica que el proyecto rinde esa cantidad por encima del nivel en el cual el inversionista no pierde ni gana, es decir un VAN = 0. Por lo tanto este parámetro demuestra la viabilidad del proyecto, por cuanto su resultado es positivo y mayor que 0.

4.1.10.3.2. Tasa Interna de Retorno (TIR)

TIR = 42 %

El resultado obtenido es una TIR del 42 %, porcentaje que es mayor al costo de oportunidad del dinero, es decir, a la tasa pasiva que en las instituciones financieras del país alcanza un promedio del 5,59 % anual y a la Tasa Mínima Aceptable de Rendimiento que para el proyecto es 12,21%. Por consiguiente el proyecto desde este punto de vista financiero es rentable.

4.8 Discusión

El estudio de mercado reflejó que un 100 % de las personas encuestadas están de acuerdo en la creación de un centro de bienestar corporal y mental, ya que debido a las labores diarias y demás tensiones se hace necesario acudir a estos centros a relajarse, cabe recalcar que gran cantidad de personas (66%) nunca han acudido a estos centros y por ende no tiene conocimiento de los servicios que se ofertan, motivo por el cual les gustaría acceder a servicios como yoga, hidroterapia, masajes, aromaterapia y reflexología, para de esta manera asistir a una alternativa de salud ,concordando con Borja & Salinas (2009), que expresan que estos centros son una alternativa de salud con mayor potencial en el país, se ha convertido en un segmento de alto crecimiento. Durante mucho tiempo se estaba desaprovechando el mercado nacional, hoy el panorama es distinto, se están abriendo más centros y los clientes potenciales aumentan continuamente, sumándose a esto que es un negocio que ofrece tranquilidad no sólo a sus clientes, sino también a quienes laboran en él.

En Quevedo apenas existen dos centros que ofertan este tipo de servicios por lo que AQUALEAD se prevé tendrá gran aceptación no solo por la demanda insatisfecha de 3015192 servicios, sino también por los precios accesibles que van desde los \$15.00 hasta los \$85.00 (paquete completo), esto es un punto considerable para la creación de este centro ya que el estudio de mercado determinó una alta demanda insatisfecha, por lo cual se justifica la inversión, esto concuerda con los resultados obtenidos por Aguilera (2011), quien al efectuar un estudio de factibilidad para la creación de una empresa de servicios de spa en la ciudad de Riobamba, provincia de Chimborazo, sostiene que cuando existe falta de este tipo de centros, existe una alta demanda insatisfecha por lo tanto la creación de nuevos centros justifica la inversión realizada principalmente cuando se ofrecen servicios adicionales a solamente masajes, ya que de acuerdo a sus encuestas realizadas en su zona de estudio, tan sólo el 13% de las personas encuestadas habían frecuentado negocios propiamente establecidos como spa, lo que conlleva a buscar innovaciones y servicio de calidad para acaparar más mercado. El 4% de este 13% de usuarios que visitan locales de spa ha concurrido por tratamientos faciales. En consecuencia, el tratamiento facial es una herramienta útil para atraer público.

Para que AQUALEAD entre en funcionamiento, a más del capital, es necesario contar con instalaciones adecuadas y confortables, además de personal capacitado en las diferentes áreas de servicios a ofertar así como una atención esmerada y amigable hacia los clientes, sumándose a esto personal administrativo capaz, con destrezas en este ámbito y a la vez con gran iniciativa para promocionar los servicios del centro. Lo expresado anteriormente concuerda con Borja & Salinas (2009), quienes sostienen que para este tipo de centros es necesario el contar con instalaciones acorde a las exigencias de los clientes así como con personal capacitado. Además esta información corrobora lo expresado por Chain (2010), quien indica que el objetivo del estudio técnico que se hace dentro de la viabilidad económica de un proyecto es netamente financiero. Es decir calcula los costos, inversiones, y beneficios derivados de los aspectos técnicos o de la ingeniería del proyecto. Para ello en este estudio se busca determinar las características de la composición óptima de los recursos que harán que la producción de un bien o servicio se logre eficaz y eficientemente.

De acuerdo al estudio financiero se puede puntualizar que para poner en marcha las labores de AQUALEAD, se necesita una inversión de \$ 68169,20 que de acuerdo al cálculo del Valor Actual Neto, al cabo de 5 años se obtendrá un ingreso de \$ 72915,20 por encima del punto en el que convergen los gastos e ingresos, siendo viable el proyecto por ser positivo este indicador, concordando con Raimon (2013), que afirma que el VAN es un indicador financiero que mide los flujos de los futuros ingresos y egresos que tendrá un proyecto, para determinar, si luego de descontar la inversión inicial, nos quedaría alguna ganancia. Si el resultado es positivo, el proyecto es viable. La tasa de interés de retorno fue del 42 %, por lo tanto el proyecto presenta alto grado de viabilidad, concordando con Chiriboga (2008), que sostiene que el estudio económico es un estudio que determina, en último término, la aprobación o rechazo del proyecto, ya que mide la rentabilidad con que retorna la inversión, todo cuantificado en bases monetarias.

CAPÍTULO V

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1. Conclusiones

La propuesta del “Centro de Bienestar Mental y Corporal AQUALEAD” en la parroquia de San Camilo tomando como referencia los objetivos de estudio, el ámbito teórico y práctico concluye:

- Existe una creciente demanda de servicios de relajación que brindan los centros de SPA debido a la vida acelerada que produce mucho estrés además que las nuevas tendencias del bienestar hacen que las personas busquen este tipo de actividades, por lo tanto AQUALEAD tendrá una gran aceptación en la zona en estudio ya que hay apenas dos centros similares, sumándose a estos el precio de los servicios que van desde los 15 a los 85 dólares.
- La construcción de acuerdo a las exigencias del cliente, y a su vez que sean llamativas, confortables, a las cuales se les dé un buen mantenimiento periódicamente, y a su vez cuenta con personal debidamente capacitado es una garantía para tener afluencia de personas a AQUALEAD.
- El estudio económico y financiero indicó que para la implementación del “Centro de Bienestar Mental y Corporal AQUALEAD” es necesaria una inversión de \$68169,20 dólares, teniendo un Valor Actual Neto de \$72915,20 dólares y una Tasa interna de retorno de 42%, lo que demuestra que el proyecto es factible desde el punto de vista económico.

5.2.Recomendaciones

De acuerdo a las conclusiones presentadas se indican las recomendaciones que permitirán la aplicación de los resultados del proyecto:

- Incrementar el aporte del proyecto para años futuros a fin de cada año aumentar la oferta de servicios y de esta manera contribuir a la disminución de la demanda insatisfecha.
- Los servicios a ofrecer deben cumplir con las especificaciones técnicas detalladas en este proyecto, puesto que es una garantía de calidad para el cliente y la empresa misma, además por encontrarse los servicios en la etapa de introducción en el mercado, es aconsejable realizar en su inicio una masiva promoción mediante espacios publicitarios.
- Se recomienda ejecutar el proyecto ya que permitirá a la empresa posicionarse dentro del mercado ofreciendo servicios de calidad y nuevos en la zona, ya que de acuerdo al análisis económico es viable porque el VAN es mayor a cero, por lo cual es factible invertir los recursos propios necesarios y recurrir a fuentes de financiamiento, ya se ha demostrado que es viable desde el punto de vista: técnico, económico, financiero al asegurar la recuperación del capital a invertir.

CAPÍTULO VI

BIBLIOGRAFÍA

6.1. Literatura Citada

- Acosta, J. (2011). *Análisis e Interpretación de la información Financiera*. Habana, Cuba: Cuba.
- Armstrong, K. (2007). *Dirección del Marketing* (Vol. Doceava Edición). Pearson.
- Avizora. (2001). *Hidroterapia*. Obtenido de http://www.avizora.com/publicaciones/salud_humana/textos/0029_agua_elixir_kneipp.htm
- Bardey, C. (2012). *"Elaboración de jabones y aromas"*. Buenos Aires, Argentina: Ed. Koneman.
- Benítez, M., & Miranda, V. (2010). *Contabilidad y Finanzas para la Formación Económica de los Cuadros de Dirección*. La Habana - Cuba, Cuba: Universidad de la Habana.
- Bertherat T., Bernstein C. (2010). *El cuerpo tiene sus razones*. Barcelona, España: Paidós Ibérica.
- Bertherat, B. (2010). *El cuerpo tiene sus razones*. Barcelona, España: Paidós Ibérica.
- Brigo, B. (2013). *"La Aromaterapia de la A a la Z"*. Buenos Aires, Argentina: Ed. Naturaleza y salud.
- Bueno Campos, Cruz, & Durán. (2011). *Economía de la empresa, análisis de las decisiones empresariales*. Madrid, España: Ed. España.
- Chain, S. (2010). *Preparación y Evaluación de Proyectos* (Vol. Quinta Edición). McGraw Hill.
- Ciscar, S. (2012). *Características del cliente Spa* (<http://www.esthetic.es/estheticspa/articulos-detalle.php> ed.).
- Ciscar, S. (2012). *Características del cliente Spa* (<http://www.esthetic.es/estheticspa/articulos-detalle.php> ed.).

- crecenegocios.com. (2015). *El VAN y el TIR*. Obtenido de <http://www.crecenegocios.com/el-van-y-el-tir/>
- Cruz, H. (2011). *La creación de una zona Spa-Wellness* (<http://www.esthetic.es/estheticspa/articulos> ed.).
- Dethlefsen T., D. R. (2010). *La enfermedad como camino*. Barcelona, España: Plaza & Janés Editores S.A.
- Dethlefsen, T., & Dahlke, R. (2010). *La enfermedad como camino*. Barcelona, España: Plaza & Janés Editores S.A.
- Dominique, B. (2013). *"Aromaterapia, el arte de curar con Aceites esenciales"*. Buenos Aires, Argentina: Ed. Amyris.
- Durán, J., Bueno, E., & Cruz, I. (2007). *Economía de la empresa, análisis de las decisiones empresariales*. Madrid, España: Pirámide.
- Emoto, M., & Fliege, J. (2013). *El poder curativo del agua*. Barcelona y Lisboa, España y Portugal: Ediciones Obelisco.
- Emoto, M., & Fliege, J. (2013). *El poder curativo del agua*. Barcelona y Lisboa, España y Portugal: Ediciones Obelisco.
- Emoto, M., & Fliege, J. (2013). *El poder curativo del agua*. Barcelona y Lisboa, España y Portugal: Ediciones Obelisco.
- Fernandez, R. P. (2012). *PRINCIPIOS DE HIDROTERAPIA Y BALNEOTERAPIA*. Barcelona y Lisboa, España y Portugal: McGraw Hill.
- Fernandez, R. P. (2012). *PRINCIPIOS DE HIDROTERAPIA Y BALNEOTERAPIA*. Barcelona y Lisboa, España y Portugal: McGraw Hill.
- Frydman, A. (2011). *Gestión Comercial Efectiva* (Vol. Primera Edición). Buenos Aires, Argentina: El Ateneo.
- Grinberg, A. (2010). *Reflexología. Diagnóstico y curación por el pie*. Barcelona, España: Martínez Roca Ediciones.

- Ireland, R. D., Hoskisson, R. E., & Hitt, M. A. (2010). *Administración Estratégica Competitividad y globalización: Conceptos y casos. 11 Ed* (Vol. Séptima edición). México DF, México: InternacionalThomson Editores.
- Lohr, S. (2010). *Muestreo. Diseño y análisis*. México DF, México: Ed. Thompson.
- Meneses, E. (2009). *Preparación y Elaboración de Proyectos* (Vol. Tercera Edición). Quito, Ecuador: Quito Luz de América.
- Moreno, W. (2011). *Metodología de la Investigación Científica* (Vol. Sexto Semestre). Milagro, Universidad Estatal de Milagro, Ecuador.
- Phillip, K. (2010). *Dirección de la Mercadotecnia, Análisis, Planeación, Implementación y Control*. Naucalpan de Juárez, México: Edo.
- Raimon, S. (2013). *Consultoría y Formación en Dirección Financiera de la empresa* (<http://raimon.serrahima.com/interpretando-el-van-y-la-tir/> ed.). Barcelona, España.
- Redondo, G. (2009). *Estrategias de Publicidad y Promoción* (Vol. Segunda Edición). Caracas, Venezuela: Plus.
- Romero, C., Sánchez, C., & Tafoya, S. (2003). *Segmentación de Mercados y posicionamiento*. Obtenido de <http://www.monografias.com/trabajos13/segmenty/segmenty.shtml>
- Saraswati, S. D. (2012). *Las claves del yoga*. (D. Hernández, Trad.) La Liebre de Marzo.
- Tisseran, R. (2013). *"El arte de la aromaterapia"*. Buenos Aires, Argentina: Ed. Paidós vida y salud.

CAPÍTULO VII

ANEXOS

Anexo 1: Servicio de yoga a ofrecerse en “AQUALEAD”



Anexo 2: Servicio hidroterapia a ofertarse en “AQUALEAD”



Anexo 3: Técnicas avanzadas de masaje para dar un mejor servicio en “AQUALEAD”.



Anexo 4: Tratamiento de reflexología



Anexo 5: Operacionalización de las variables de objetivos

Variables	Conceptos	Dimensiones	Indicadores	Items	Técnicas e Instrumentos
ESTUDIO DE FACTIBILIDAD	Estudio de factibilidad, es el análisis financiero, económico y social de una creación (dada una opción tecnológica)	Procesos Productivos	Los procesos productivos determinan los elementos necesarios para la puesta en marcha de la empresa.	1. ¿Cree usted que es factible la creación de un centro de bienestar mental y corporal en la parroquia san camilo? MUCHO POCO NADA	Encuesta a personas mayores de 18 años (Cuestionario)
	En la fase de pre inversión la eventual etapa subsiguiente es el diseño final del proyecto (preparación del documento de proyecto), tomando en cuenta los insumos de un proceso productivo, que tradicionalmente son: tierra, trabajo y capital (que generan ingreso: renta, salario y ganancia)				

BIENESTAR MENTAL Y CORPORAL	El bienestar mental es el equilibrio interior, intelectual y afectivo. El bienestar corporal La persona que vive satisfecha consigo misma, se siente bien con relación a las demás personas y puede hacer frente a las exigencias de la vida.	Bienestar mental	Contribuye al bienestar emocional permite tener un equilibrio interior.	2. ¿Ha asistido usted a algún sitio de bienestar mental y corporal? MUCHO POCO NADA	Encuesta a personas mayores de 18 años (Cuestionario)
		Bienestar corporal	Se caracteriza por el funcionamiento eficiente del cuerpo, resistencia a enfermedades	3. ¿Cree usted que al asistir a un lugar que le permita tener un equilibrio interior y un bienestar corporal lo hará resistente a enfermedades? MUCHO POCO NADA	
SERVICIOS QUE BRINDA UN CENTRO DE BIENESTAR MENTAL Y CORPORAL	Los principales servicios que ofrecen los centros de bienestar mental y corporal son Yoga, aromaterapia, hidroterapia, reflexología	Yoga,	Se refiere a una tradicional disciplina física y mental que se originó en la India.	4. ¿Tiene usted idea de los servicios que ofrece un sitio de bienestar mental y corporal? MUCHO POCO NADA	Encuesta a personas mayores de 18 años (Cuestionario)

		Aromaterapia	La aromaterapia es un tratamiento que emplea aceites esenciales.		
		Hidroterapia	La Hidroterapia es la utilización del agua como agente terapéutico, en cualquier forma, estado o temperatura.	<p>5 ¿Qué le gustaría disfrutar en un centro donde se practiquen disciplinas físicas, tratamientos con agua y estimulación corporal: señale la más importante?</p> <p>YOGA AROMATERAPIA HIDROTERAPIA REFLEXOLOGÍA</p>	
		Reflexología	La reflexología, reflexoterapia o terapia zonal es la práctica de estimulación corporal de los puntos sobre los pies, manos, nariz u orejas (llamados «zonas de reflejo»		

<p>BIENESTAR CORPORAL</p>	<p>El principal objetivo de los centros de bienestar corporal es que buscan bienestar a través de métodos no farmacológicos buscando un cuerpo relajado satisfacer la demanda de las personas que requieran disfrutar de una relajación.</p>	<p>Métodos farmacológicos no</p>	<p>Los métodos no farmacológicos o no químicos son procesos que se realizan sin la necesidad de usar medicamentos.</p>	<p>6. ¿Estaría de acuerdo en que se creara un centro de bienestar mental y corporal donde se utilicen procesos no farmacológicos para mantenerse relajado en la parroquia San Camilo? MUCHO POCO NADA</p>	<p>Encuesta a personas mayores de 18 años (Cuestionario)</p>
<p>BIENESTAR CORPORAL Y MENTAL</p>	<p>El equilibrio mental y espiritual es fuente de la felicidad, muchas personas buscan esta felicidad fuera de sí mismos, cuando se debe comprender que esta debe buscarse dentro de nosotros, es por ello que existen centros que dan este tipo de servicios de allí radica la creación de un centro de bienestar mental y corporal.</p>	<p>Salud mental</p>	<p>Una buena salud mental influye directamente en el bienestar del ser humano.</p>	<p>7. ¿Estaría de acuerdo en inscribirse en un lugar que mejore su bienestar corporal y salud mental para lograr un equilibrio espiritual? MUCHO POCO NADA</p>	<p>Encuesta a personas mayores de 18 años (Cuestionario)</p>

<p>VIDA ANTI-ESTRÉS</p>	<p>El ritmo de vida acelerado ha provocado que las personas estén mentalmente ocupados casi las 24 horas del día, el estrés es parte de su rutina diaria existen muchas formas de vivir una vida anti-estrés con el equilibrio y la serenidad que necesitamos para vivir en un estado de bienestar psíquico y emocional</p>	<p>Problemas relacionados con el estrés.</p>	<p>Los eventos que provocan el estrés cubren una variedad de situaciones - desde verse en peligro físico, aumentan la frecuencia cardíaca, la frecuencia respiratoria, la presión arterial y el metabolismo</p>	<p>8. ¿Cree usted que un centro de bienestar mental y corporal en crearse en la parroquia San Camilo ayudará a las personas que llevan un ritmo de vida acelerado a tener una vida anti-estrés y evitar problemas físicos relaciones con el estrés? MUCHO POCO NADA</p>	<p>Encuesta a personas mayores de 18 años (Cuestionario)</p>
<p>PAGOS POR SERVICIOS</p>	<p>El negocio de este milenio es la industria del bienestar, pues cada vez hay más personas interesadas en su bienestar mental y corporal los costos del servicio pueden variar según la utilización de técnicas, productos en el servicio.</p>	<p>Industria del bienestar.</p>	<p>La industria del bienestar son productos y servicios proporcionados en forma pro activa a personas saludables (aquellos sin la existencia de una enfermedad) para hacerlos sentir aún más saludables, lucir mejor, disminuir los efectos del envejecimiento y prevenir enfermedades.</p>	<p>9. ¿Cuál cree usted que sería el costo más conveniente a pagar por los servicios y tratamientos para estar más saludables y tener un bienestar mental y corporal? Por servicio \$ 25,00 \$ 30,00 \$ 40,00</p>	<p>Encuesta a personas mayores de 18 años (Cuestionario)</p>

		Costos del Servicio	Los precios de los servicios pueden ser siempre variables según la técnica, productos hasta máquina que se utilice la momento de realizar el tratamiento.		
HORARIOS DE ATENCIÓN	Mayoritariamente las personas que necesitan más bienestar corporal y mental son las personas que cotidianamente trabajan por ellos el horario más factible sería es en la tarde y los fines de semana.	Múltiples Obligaciones.	Las tareas diarias, los horarios de oficina y las múltiples obligaciones han contribuido para que las personas acudan tanto en las tardes como en los fines de semana.	<p>10 ¿Qué horarios sugeriría usted para su atención en un centro de bienestar corporal y espiritual sin que afectara sus múltiples obligaciones?</p> <p>MAÑANA TARDE NOCHE</p>	Encuesta a personas mayores de 18 años (Cuestionario)
				<p>11. ¿Qué días de la semana serían más factible asistir al Centro de Bienestar corporal y Espiritual luego de su apertura?</p> <p>INICIO DE SEMANA DIAS INTERNEDIOS FINES DE SEMANA</p>	

Anexo 6: Matriz del problema de investigación.

Problema de Investigación	Subproblema de Investigación	Objetivo General	Objetivo Especifico	Variables Independientes	Variables Dependientes
¿DE QUE MANERA UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD INFLUYE PARA LA CREACIÓN DE UN CENTRO DE BIENESTAR MENTAL Y CORPORAL EN LA PARROQUIA SAN CAMILO AÑO 2015?	¿De qué manera el estudio de mercado influye en la demanda insatisfecha para la creación de un centro de bienestar mental y corporal?	DESARROLLAR UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN CENTRO DE BIENESTAR MENTAL Y CORPORAL PARROQUIA SAN CAMILO, AÑO 2015	Establecer un estudio de mercado que determine la demanda insatisfecha en la creación de un centro de bienestar mental y corporal.	Estudio de Mercado	de Demanda Insatisfecha
	¿Cómo un estudio técnico manifiesta los elementos productivos necesarios para la creación de un Centro de Bienestar mental y corporal?		Elaborar un estudio técnico que establezca los elementos productivos necesarios para la creación del Centro de Bienestar mental y corporal.	Estudio Técnico	Elementos Productivos
	¿De qué manera el estudio económico financiero deduce la rentabilidad de la creación de un Centro de Bienestar mental y corporal?		Desarrollar un estudio económico financiero que calcule la rentabilidad de la creación de un Centro de Bienestar mental y corporal.	Estudio económico financiero	Rentabilidad