

**Liliana Elizabeth Balcázar Gonzaga**

**Diana Carolina Cárdenas Rosero**

**CREACIÓN DE UN CENTRO DE DESARROLLO HOLÍSTICO  
FÍSICO-EMOCIONAL PARA LA MUJER  
UBICADO EN LA CIUDAD DE QUITO DISTRITO  
METROPOLITANO**

Trabajo de Conclusión de Carrera (TCC) presentado como requisito parcial para la obtención del grado de Ingeniería Comercial de la Facultad de Negocios, especialización mayor/menor Gerencia Turística y para la obtención del grado en Ingeniería Comercial de la Facultad de Negocios especialización mayor Recursos Humanos y especialización menor Negocios Internacionales.

**UNIVERSIDAD EL PACIFICO**

Quito, 2015

BALCAZAR, Liliana y CARDENAS, Diana., Centro de Desarrollo Holístico Físico-Emocional para la mujer. Quito: UPACÍFICO, 2015, 131p. Directora Norma Molina PhD. (Trabajo de Conclusión de Carrera – T.C.C. presentado a la Facultad Negocios y Economía de la Universidad Del Pacífico).

Resumen: El deseo de aportar a la sociedad y el dejar huellas, ha sido el motor para emprender la idea de un negocio enfocado al ser que es un pilar importante, la mujer. El combatir las enfermedades de la actualidad utilizando la fusión del baile, ejercicios corporales, respiración y expresión, bajo principios terapéuticos, es la diferenciación de nuestro proyecto.

El Centro Holístico Físico-Emocional BaileActivo es un lugar seguro donde las mujeres residentes en la ciudad de Quito podrán encontrar varios servicios relacionados al desarrollo humano, con el fin de lograr una integración físico, emocional, mental y espiritual.

La idea de nuestro proyecto parte de la necesidad que existe en las mujeres en encontrar un lugar donde se identifiquen, donde puedan recargar sus energías, eliminar el stress del día a día, donde las mujeres puedan mejorar su estado físico, su estado anímico, su estado de salud y por ende su estado psicológico, nuestra misión está basada en convertirnos en el medio donde la mujer pueda encontrar su equilibrio, contribuyendo a la sociedad y núcleo familiar, un ser que irradia paz, armonía, alegría y felicidad.

Nuestra principal herramienta es la música, por medio de esta terapia enviamos mensajes positivos a nuestras participantes, desarrollando su expresión corporal por medio de lo gestual y lo visual, haciendo nuestras sesiones divertidas, la clave de nuestras sesiones son el de hacerlo, disfrutarlo y sonreír.

Palabras claves: Holístico, Mujer, Integración.

	<b>ENTREGA DE TRABAJO (CONCLUSIÓN DE CARRERA DE GRADO)</b>	Fecha: 10/11/2015
	<b>PA-FR-67</b>	Version: 001 Página: 1 de 1

### DECLARACIÓN

Al presentar este Trabajo de Conclusión de Carrera como uno de los requisitos previos para la obtención del grado de Ingeniería Comercial de la Universidad Del Pacífico, hago entrega del documento digital, a la Biblioteca de la Universidad.

Las estudiantes certifican estar de acuerdo en que se realice cualquier consulta de este Trabajo de Conclusión de Carrera dentro de las Regulaciones de la Universidad, acorde con lo que dictamina la L.O.E.S. 2010 en su Art. 144.

Conforme a lo expresado, adjunto a la presente, se servirá encontrar cuatro copias digitales de este Trabajo de Conclusión de Carrera para que sean reportados en el Repositorio Nacional conforme lo dispuesto por el SENESCYT.

Para constancia de esta declaración, suscriben



Liliana E. Balcázar Gonzaga



Diana Carolina Cárdenas Rosero

Estudiantes de la Facultad de Negocios  
Universidad Del Pacífico

**Fecha:**

**Título de T.C.C.:**

**Autor:**

**Tutor:**

**Miembros del Tribunal:**

**Fecha de calificación:**

Quito, 10 de noviembre del 2015

Centro de Desarrollo Holístico Físico-  
Emocional para la mujer

Liliana E. Balcázar Gonzaga

Diana C. Cárdenas Rosero

PhD. Norma Molina

Master Nelcar Camacho

PhD Ca. Teresa Erice

16 de noviembre del 2015

## **DEDICATORIA**

Dedico este proyecto principalmente a mi Padre Celestial Dios, que es quien me guía hacia mi propósito de vida, por ser mi energía y mi motor.

A mis padres José y Ulvia por su ejemplo de constancia, perseverancia y amor incondicional; por siempre recordarme que con esfuerzo puedo realizar todos mis sueños.

A mi mejor amigo, mi compañero de vida, mi esposo Fernando, que con sus acciones me han motivado cada día a convertirme en un mejor ser humano, por ser la gaviota que vuela junto a mí para emprender el viaje de vida.

A mi pequeño tesoro Natalia Valentina que es la luz en mi camino, por su enseñanza del significado de la pureza del Amor.

A cada una de las personas que han sido cómplices para culminar esta meta.

**LILIANA ELIZABTH BALCAZAR GONZAGA**

## **DEDICATORIA**

A mis padres por su amor y apoyo incondicional en todos los momentos de mi vida, por sus  
palabras sabias que son guía en mí caminar.

A mis hermanos por ser un ejemplo y estar siempre a mi lado.

A mi hija por ser mi inspiración, compañera y maestra de vida.

A Ellen y Eugene Cochrane por su amor y enseñanza de vida que han dejado huellas  
invalorables en mi ser.

A mis maestros por haber compartido su luz.

A todos quienes han aportado a cumplir este sueño.

**DIANA CAROLINA CARDENAS ROSERO**

## **AGRADECIMIENTO**

El esfuerzo, la constancia y la perseverancia nos llevan a cumplir nuestros sueños. La carrera Universitaria es la base de nuestro crecimiento profesional, es así que al lograr cumplir esta meta nos sentimos con la satisfacción del trabajo realizado.

Queremos agradecer a nuestros padres que con su apoyo, esfuerzo y sabiduría nos han sabido guiar en cada momento.

A nuestros profesores y a la Universidad de Pacifico gracias por conducirnos en el camino del conocimiento.

A Norma Molina, Nelcar Camacho y Teresa Eurice, por su gran aporte para la culminación de este proyecto.

Al Sr. Gastón Sandoval, Decano de la Facultad de Negocios por su apoyo incondicional.

**LILIANA ELIZABETH BALCAZAR GONZAGA**

**DIANA CAROLINA CARDENAS ROSERO**

## ÍNDICE DE CONTENIDOS

<b>Resumen ejecutivo.....</b>	<b>1</b>
<b>CAPÍTULO I. EL PROBLEMA.....</b>	<b>3</b>
1.1 Planteamiento del problema.....	3
1.2 Interrogantes objetivos.....	3
1.3 Objetivos de la investigación.....	3
1.3.1 Objetivo general.....	3
1.3.2 Objetivos específicos.....	3
1.4 Justificación.....	4
1.5 Alcances y limitaciones.....	5
<b>CAPÍTULO II. MARCO TEÓRICO.....</b>	<b>6</b>
2.1 Antecedentes de la investigación.....	6
2.2 Bases teóricas.....	6
2.2.1 Sedentarismo.....	6
2.2.2 El ejercicio físico y la salud.....	7
2.2.3 La holística.....	10
2.2.4 Bailoterapia.....	12
2.2.5 Método BaileActivo.....	12
2.2.6 Beneficios del trabajo corporal en la mujer adulta.....	14
2.2.7 Terapia Gestalt.....	14
2.2.8 Análisis de variables del Entorno Externo.....	15
2.3 Bases legales.....	27
2.3.1 Plan Nacional del Buen Vivir.....	28
2.3.2 Ecuador Ejercítate.....	29

2.4	Glosario de términos .....	29
<b>CAPÍTULO III. MARCO METODOLÓGICO .....</b>		<b>31</b>
3.1	Naturaleza de la investigación .....	31
3.2	Técnicas .....	31
3.3	Instrumento .....	31
3.4	Población.....	31
3.5	Muestra.....	32
3.6	Análisis de instrumento.....	33
3.7	Conclusiones de la investigación de campo .....	47
<b>CAPÍTULO IV. PROPUESTA .....</b>		<b>48</b>
4.1	Estudio del mercado.....	48
4.1.1	Segmentación del mercado.....	49
4.1.2	Análisis de la demanda.....	50
4.1.3	Análisis de la oferta.....	54
4.1.4	Demanda Insatisfecha .....	59
4.1.5	Conclusiones generales del estudio de mercado .....	60
4.1.6	Marketing Mix.....	60
4.1.7	Presupuesto del plan de marketing.....	69
4.1.8	Análisis FODA del producto.....	69
4.2	Estudio técnico .....	72
4.2.1	Tamaño del proyecto .....	72
4.2.2	Localización de la empresa .....	74
4.2.3	Ingeniería del proyecto.....	80
4.2.4	Requerimiento de Recursos Humanos .....	85
4.3	LA EMPRESA Y SU ORGANIZACIÓN .....	85



4.3.1	La Empresa.....	85
4.3.2	Nombre o razón social.....	86
4.3.3	Logotipo .....	86
4.3.4	Eslogan .....	87
4.3.5	Objeto social.....	87
4.3.6	Titularidad de la propiedad de la empresa .....	88
4.3.7	Requisitos .....	88
4.3.8	Trámites de legalización.....	90
4.3.9	Base filosófica de la empresa .....	91
4.3.10	Estructura organizacional .....	92
4.4	Estudio financiero .....	94
4.4.1	Activos fijos .....	94
4.4.2	Costos y gastos .....	96
4.4.3	Capital de trabajo .....	99
4.4.4	Ingresos .....	100
4.4.5	Estados Financieros.....	102
4.4.6	Evaluación financiera.....	103
	<b>CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES .....</b>	<b>108</b>
	CONCLUSIONES .....	108
	RECOMENDACIONES .....	109
	<b>BIBLIOGRAFÍA .....</b>	<b>110</b>
	<b>ANEXOS .....</b>	<b>114</b>

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla No. 1. Inversión extranjera por Rama de Actividad Económica.....	19
Tabla No. 2. Evolución del índice de precios al consumidor.....	20
Tabla No. 3 Lugar de la encuesta.....	33
Tabla No. 4 Sexo de los encuestados .....	34
Tabla No. 5 Edad de los encuestados .....	34
Tabla No. 6 Estado civil.....	35
Tabla No. 7 Nivel de educación .....	36
Tabla No. 8. Ingresos mensuales.....	37
Tabla No. 9 Conocimiento de la competencia .....	38
Tabla No. 10 Conocimiento de los servicios.....	39
Tabla No. 11. Opinión nuevo centro holístico .....	40
Tabla No. 12 Servicios preferidos centro holístico .....	41
Tabla No. 13 Frecuencia de uso centro holístico .....	42
Tabla No. 14 Precios centro holístico .....	43
Tabla No. 15 Medios de comunicación que le gustaría que se promocióne la publicidad del Centro holístico .....	44
Tabla No. 16 Qué radio escucha usted con más frecuencia .....	45
Tabla No. 17 Visita con frecuencia la web en busca de servicios .....	46
Tabla No. 18 Segmento de mercado .....	49
Tabla No. 19 Demanda histórica.....	53
Tabla No. 20 Proyección de la demanda.....	54
Tabla No. 21 Nombre Centro Holístico .....	55
Tabla No. 22 Nombre Centro baile fitness (bailoterapia) .....	55

Tabla No. 23 Participación en el mercado .....	56
Tabla No. 24 Cálculo de valores de la ecuación de la recta de regresión para proyectar la oferta .....	58
Tabla No. 25 Oferta proyectada .....	59
Tabla No. 26 Demanda insatisfecha.....	59
Tabla No. 27. Captación de la demanda insatisfecha.....	60
Tabla No. 28 Precio promedio de los servicios en los Centros.....	62
Tabla No. 29 Determinación precio promedio de los servicios .....	63
Tabla No. 30 Determinación precio promedio de los servicios .....	63
Tabla No. 31. Promoción en medios escritos.....	67
Tabla No. 32 Promoción en radio .....	67
Tabla No. 33 Promoción en internet .....	68
Tabla No. 34 Publicidad en sitios públicos .....	69
Tabla No. 35 Presupuesto plan de Marketing .....	69
Tabla No. 36 Matriz síntesis .....	70
Tabla No. 37 Matriz FODA .....	71
Tabla No. 38. Macrolocalización .....	75
Tabla No. 39 Matriz de micro localización.....	79
Tabla No. 40 Equipos de oficina.....	94
Tabla No. 41 Equipos de computación .....	95
Tabla No. 42 Muebles y enseres .....	95
Tabla No. 43 Maquinaria y equipo.....	95
Tabla No. 44 Costos fijos.....	96
Tabla No. 45. Costos variables.....	96
Tabla No. 46 Gastos constitución .....	96

Tabla No. 47 Gastos sueldos .....	97
Tabla No. 48 Gastos generales .....	97
Tabla No. 49 Gasto suministros de oficina .....	97
Tabla No. 50 Gasto suministro de aseo y limpieza .....	98
Tabla No. 51 Gastos mantenimiento .....	98
Tabla No. 52 Gasto arriendo .....	98
Tabla No. 53. Gasto honorarios .....	98
Tabla No. 54 Proyección de costos y gastos .....	99
Tabla No. 55 Capital de trabajo .....	99
Tabla No. 56. Ingresos – Año 1 .....	100
Tabla No. 57. Ingresos – Año 2 .....	100
Tabla No. 58. Ingresos – Año 3 .....	100
Tabla No. 59 Ingresos – Año 4 .....	101
Tabla No. 60 Ingresos – Año 5 .....	101
Tabla No. 61 Estado de Resultados.....	102
Tabla No. 62. Balance general .....	102
Tabla No. 63. Flujo de caja con financiamiento .....	103
Tabla No. 64. Valor actual neto con financiamiento.....	104
Tabla No. 65. Costo de oportunidad .....	104
Tabla No. 66 Tasa interna de retorno .....	105
Tabla No. 67. Período de recuperación de la inversión .....	105
Tabla No. 68. Datos del punto de equilibrio .....	106
Tabla No. 69. Relación beneficio - costo .....	107

## ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráficos No. 1 Estructura de una sesión de bailoterapia.....	13
Gráfico No. 2 Evolución del PIB .....	16
Gráfico No. 3 PIB de Ecuador y América Latina 2014 .....	16
Gráfico No. 4 Contribución por industrias al crecimiento del PIB .....	17
Gráfico No. 5. Valor Actual Bruto Petrolero y No Petrolero.....	17
Gráfico No. 6. Evolución exportaciones totales. Millones USD FOB.....	18
Gráfico No. 7. Exportaciones Primarias e Industrializadas. Millones USD FOB .....	18
Gráfico No. 8. Inflación anual.....	20
Gráficos No. 9 Inflación anual en América Latina y Estados Unidos (en porcentajes).....	20
Gráfico No. 10 . Población económicamente activa por área de actividad (Número de personas) .....	21
Gráfico No. 11. Evolución de indicadores laborales.....	22
Gráfico No. 12 Composición del empleo adecuado por rama de actividad a marzo del 2015	23
Gráfico No. 13 Pirámide poblacional del Ecuador .....	26
Gráfico No. 14. Pirámide poblacional de la provincia de Pichincha .....	27
Gráfico No. 15 Lugar de la encuesta.....	33
Gráfico No. 16 Sexo de los encuestados .....	34
Gráfico No. 17 Edad de los encuestados.....	35
Gráfico No. 18. Estado civil.....	36
Gráfico No. 19 Nivel de educación.....	36
Gráfico No. 20 Ingresos mensuales.....	38
Gráfico No. 21 Conocimiento de la competencia .....	39
Gráfico No. 22 Conocimiento de los servicios .....	40

Grafico No. 23. Opinión nuevo centro holístico .....	40
Grafico No. 24 Servicios preferidos centro holístico .....	42
Grafico No. 25 Frecuencia de uso centro holístico .....	43
Grafico No. 26 Precios centro holístico .....	44
Grafico No. 27 Medios de comunicación que le gustaría que se promocióne la publicidad del Centro de Acopio .....	45
Grafico No. 28 Qué radio escucha usted con más frecuencia .....	46
Grafico No. 29 Visita con frecuencia la web en busca de servicios .....	47
Grafico No. 30 Estructura de canales de distribución .....	64
Grafico No. 31 Mapa de la Provincia de Pichincha .....	75
Graficos No. 32 Ubicación de la empresa.....	80
Grafico No. 33 Distribución de la planta .....	81
Grafico No. 34 Flujograma del proceso de servicio.....	84
Grafico No. 35 Logotipo de la empresa .....	87
Grafico No. 36 Organigrama de la empresa.....	92
Grafico No. 37 Punto de equilibrio .....	106

## **INTRODUCCIÓN**

### **Resumen ejecutivo**

El deseo de aportar a la sociedad y dejar huella, ha sido el motor para emprender la idea de un negocio enfocado al ser que es un pilar importante, la mujer.

El combatir las enfermedades de la actualidad utilizando la fusión del baile, ejercicios corporales, respiración y expresión, bajo principios terapéuticos es la diferenciación de nuestro proyecto.

El Centro Holístico Físico-Emocional BaileActivo es un lugar seguro creado para las mujeres residentes en la ciudad de Quito, donde podrán encontrar varios servicios relacionados con desarrollo humano con el fin de lograr una integración físico, emocional, mental y espiritual.

La idea de nuestro proyecto parte de la necesidad que existe en las mujeres en encontrar un lugar donde se identifiquen, que puedan recargar sus energías, eliminar el stress del día a día, donde puedan mejorar su estado físico, su estado anímico, su estado de salud y por ende su estado psicológico, nuestra misión está basada en convertirnos en el medio donde ellas puedan encontrar su equilibrio, contribuyendo a la sociedad y núcleo familiar, un ser que irradie paz, armonía, alegría y felicidad.

Nuestra principal herramienta es la música, por medio de esta terapia enviamos mensajes positivos a nuestras participantes, desarrollando su expresión corporal por medio de lo gestual y lo visual, haciendo nuestras sesiones divertidas, la clave de nuestras sesiones son el de hacerlo, disfrutarlo y sonreír.

En el presente trabajo presentamos las razones y necesidades que existe en la mujer, las cuales las presentamos como oportunidad de trabajo, siendo un aporte a la sociedad quiteña.

Presentamos la metodología de investigación que empleamos en el proyecto, estudiando nuestro posible mercado y sus necesidades, bajo un análisis de oferta y demanda, las estrategias de marketing, publicidad y promoción para hacer conocer nuestra marca.

Nos enfocamos en el análisis FODA, para determinar nuestro entorno externo e interno y las herramientas que debemos aplicar para su factibilidad; el canal de distribución del servicio que prestamos, llegando al corazón de la investigación bajo el estudio financiero para determinar el porcentaje de pérdida o ganancia que conlleva la creación de este proyecto y así determinar la factibilidad del Centro de Desarrollo Holístico Físico Emocional para la mujer de Quito.



## **CAPÍTULO I. EL PROBLEMA**

### **1.1 Planteamiento del problema**

En la actualidad la mujer desempeña varios roles sociales como el ser esposa, madre, ama de casa, emprendedora, profesional y muchas veces ha tenido que asumir y cargar estos roles sola, lo que la ha llevado a una sobrecarga emocional y física arrastrando con ello diversas enfermedades que la afectan directamente a ella y a todo su entorno; es por ello que hemos enfocado nuestro proyecto en este problema social que en la actualidad vive un gran porcentaje de mujeres, a fin de aportar en el logro de una mujer con alta autoestima, que se sienta libre, segura, sana y sea un apoyo saludable ante su núcleo familiar y social.

### **1.2 Interrogantes objetivos**

Nuestra investigación va enfocada a encontrar la solución a diversos problemas que en la actualidad enfrentan la gran mayoría de mujeres residentes en la ciudad de Quito. Problemas que se han presentado en las últimas décadas como son: estrés, sobrecarga emocional, desequilibrio familiar, problemas de salud como sobrepeso, diabetes, problemas digestivos, circulatorios, cáncer, entre otras, acortando años saludables y buena calidad de vida.

### **1.3 Objetivos de la investigación**

#### **1.3.1 Objetivo general**

Analizar la conveniencia de la implementación de un Centro Holístico ubicado en la ciudad de Quito, luego de realizar los estudios de mercado, técnico, organizacional y financiero.

#### **1.3.2 Objetivos específicos**

- Generar mediante un estudio de mercado la demanda de este tipo de servicio en la ciudad de Quito.
- Determinar la demanda insatisfecha de los servicios de un Centro holístico en la ciudad de Quito.

- Conocer los gustos y preferencias de los clientes de los Centro holísticos en la ciudad de Quito.
- Determinar los equipos necesarios para la implementación del proyecto
- Identificar el personal necesario para el normal funcionamiento del Centro holístico
- Analizar la ubicación geográfica del Centro holístico que permita la mejor rentabilidad para el centro.
- Determinar la conveniencia financiera de la implementación del Centro holístico

## **1.4 Justificación**

La mujer por las múltiples ocupaciones y responsabilidades, no solo en el hogar sino también en su sitio de trabajo, cada día está sujeta a muchas presiones que terminan por llevarle a un estado de stress, que en la mayoría de las ocasiones suelen acarrear enfermedades que de no ser tratadas a tiempo pueden traer consecuencias graves.

Debido a lo anteriormente expresado es importante que las mujeres tengan acceso a un Centro en el cual mediante la aplicación de técnicas denominadas Holísticas puedan obtener un bienestar tanto físico como espiritual que será la solución para sus problemas de stress y para llevar una vida sana.

En la actualidad la sociedad quiteña tiene varias ofertas que satisfacen la necesidad del cuidado personal. Estas ofertas son planteadas aun trabajando en el ámbito físico, emocional o espiritual de una manera individual sin inclusión entre estas áreas del ser humano.

Existen gimnasios, clubes deportivos, centros de entrenamiento, cursos de baile, entre otros que solo satisfacen la necesidad visual de lucir bien, lo intelectual por adquirir aprendizajes de técnicas y la necesidad básica de socializar.

Así mismo existen templos, centros de desarrollo emocional, psicólogos, terapeutas, religiosos y demás opciones para un desarrollo emocional o espiritual; si embargo, la visión de complementar estas tres áreas del ser humano no ha sido todavía desarrollada en su totalidad.

## **1.5 Alcances y limitaciones**

Los alcances que presenta nuestro proyecto de creación de Centro Holístico físico emocional para la mujer de Quito son:

- Lograr que la mujer quiteña encuentre en nuestro Centro un lugar donde pueda trabajar su parte física para lucir bien, su parte emocional para sentirse bien, su parte espiritual para que tenga coherencia con su actuar, su pensar y su sentir, y así lograr un equilibrio en la sociedad y en su familia.
- El Centro Holístico Baileactivo se compromete a trabajar para entregar a la sociedad una mujer sana, libre, que se ame y que se sienta segura de sí misma.
- El Centro Holístico trabajará con principios característicos de la terapia Gestalt de los cuales se destacan los siguientes: el no juzgar, no criticar, no manipular, tener el privilegio de sentir ante el pensar y ser responsable de sus actos.
- El presente estudio nos permitirá conocer la factibilidad de abrir un Centro Holístico para la mujer de Quito, conocer sus necesidades y preferencias.

Dentro de las limitaciones que presentamos son:

- Falta de conocimiento del termino Holístico.
- Escasez de personal capacitado en diferentes áreas que comprende el Centro Holístico.
- Dificultad para obtención de permisos por tener la función de varios servicios.

## **CAPÍTULO II. MARCO TEÓRICO**

### **2.1 Antecedentes de la investigación**

Debido a la importancia que tiene en la sociedad un centro de Desarrollo Holístico, existen varios estudios entorno a su creación. De tal forma se encuentra el desarrollado por Armas y Montes, quienes indican que “la medicina holística es un servicio de salud no convencional que trata la sanación natural del organismo. Este tipo de medicina ayuda al usuario a mejorar su estilo de vida y su forma de cuidarse” (Armas y Montes 24)

Por otro lado es importante mencionar el estudio realizado por Rentería, quien establece que un Centro holístico proporciona a las personas un lugar en el cual se le facilita la integración de la mente con el cuerpo en un espacio placentero y de relajación (Rentería).

En fin, se puede decir entonces que el presente proyecto es de suma importancia para la ciudadanía y sociedad en general, misma que contará con un espacio en el cual se le permitirá recibir servicios de relajación en distintas maneras.

### **2.2 Bases teóricas**

#### **2.2.1 Sedentarismo**

Según Varela, Duarte, Salazar, Lema y Tamayo (), el sedentarismo es un problema que se suscita a nivel mundial, por lo que es un caso a ser tratado por todas las autoridades de salud, entorno a esta temática la Organización Mundial de la Salud pudo determinar que en América Latina y el Caribe se produjeron 170.000 muertes asociadas con la falta de actividad física en el 2010.

En este sentido se establece que se considera sedentarismo a “la falta de actividad física de una persona, es decir que no realiza una cantidad mínima de movimiento diario (por lo menos entre 25 y 30 minutos), que produzca un gasto energético >10% del que ocurre habitualmente al llevar a cabo las actividades cotidianas”. (Varela, María Teresa; Duarte, Carolina; Salazar, Isabel Cristina; Lema, Luisa Fernanda; Tamayo, Julián Andrés 270)

En Ecuador, de acuerdo a la Encuesta para la salud y la nutrición (ENSANUT) realizada por el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos junto con el Ministerio de Salud (), se pudo determinar que los adolescentes entre 14 y 18 años mantienen una actividad física en un 26%, en tanto los adultos con edades entre 18 y 35 años, apenas un 45.20% realizan algún tipo de ejercitación diaria.

Por tal motivo es importante tomar en consideración que el sedentarismo no es bueno para la salud de una persona, razón por la que el promover empresas como la que se propone en la presente investigación, otorgará a la población opciones para romper con estas barreras que dañan al cuerpo.

### **2.2.2 El ejercicio físico y la salud**

Mujer proviene del latín *mulier*, una mujer es una persona de sexo femenino, término que se utiliza en contraste a hombre o varón. El uso más específico de la palabra mujer está vinculado a la persona de sexo femenino que ya ha llegado a la pubertad o a la edad adulta. Se considera mujer adulta al género femenino tras haber terminado la etapa de adolescencia y juventud, etapa comprendida entre los 25 a 60 años aproximadamente. En esta etapa el individuo alcanza la plenitud de su desarrollo biológico y psíquico. Su personalidad y carácter se presentan relativamente firmes y seguros con todas las diferencias individuales que puedan presentarse (Ministerio del Deporte).

En esta época se está viviendo un nivel alto de sedentarismo en la mujer debido a los avances tecnológicos y automatización de nuestras vidas, es así que la falta de actividad física y la práctica de hábitos nocivos son una seria amenaza para la salud del individuo.

Se define como sedentarias a las personas que realizan menos de 3 horas y 30 minutos de actividad física a la semana. Es decir, menos de 30 minutos diarios. El 11% de la población ecuatoriana realiza actividad física más de 3 horas y 30 minutos a la semana (Ministerio de Salud del Ecuador).

Es sabido que la ausencia de toda actividad física se le conoce como sedentarismo, mal hábito que se expande cada vez más en todas partes del mundo. Chicos, grandes, hombres y mujeres se ven expuestos a padecer de obesidad por la falta de ejercicios.

El sedentarismo, cuarto factor de riesgo de mortalidad global, no solo produce obesidad, sino que sumado a la mala alimentación o a la ingesta de comida “chatarra”, causa hipertensión arterial, colesterol, diabetes y enfermedades al corazón entre otras patologías (OMS 5).

Si bien la tecnología es una aliada de la modernidad y desarrollo, también fomenta -en algunas situaciones- la opción del menor esfuerzo gracias al “control remoto” en personas que no tienen ningún impedimento físico y sí pueden ejercitarse.

De acuerdo a un estudio de la Sociedad Americana del cáncer, pasar sentados más de seis horas diarias aumenta el riesgo de mortalidad.

La investigación realizada durante 14 años a aproximadamente 123 mil personas reveló que las mujeres que pasan seis horas sentadas tienen el 37 por ciento de probabilidades de morir frente a las que solo están sentadas tres horas y en los hombres el 18 por ciento (Armijos 62).

La mujer que no realiza ninguna actividad física tiene un porcentaje probable del 94 por ciento de morir joven, el hombre un 48 por ciento en comparación, ambos, ante las personas que sí son activas.

Las personas que mantienen unos niveles razonables de actividad, especialmente en la edad adulta y en la vejez, tienen una menor probabilidad de padecer enfermedades crónicas o una muerte prematura. Por otra parte hay que considerar los costes económicos en términos de enfermedad, ausencia del trabajo o sistemas de salud. Se calcula que los costes médicos de las personas activas son un treinta por ciento inferiores a los que ocasionan aquellas inactivas. P

Podemos afirmar que la actividad física contribuye a la prolongación de la vida y a mejorar su calidad por medio de beneficios fisiológicos, psicológicos y sociales.

Es importante, antes de analizar sus efectos sobre la salud, establecer qué se entiende por actividad física y por términos relacionados, tales como ejercicio físico o forma física. La actividad física se refiere a la energía utilizada para el movimiento. Se trata, por tanto, de un gasto de energía adicional al que necesita el organismo para mantener las funciones vitales tales como respiración, digestión, circulación de la sangre, etc. La contribución fundamental a la actividad física diaria se debe a actividades cotidianas tales como andar, transportar objetos, subir escaleras, hacer las tareas del hogar o ir a la compra.

El término ejercicio hace referencia a movimientos diseñados y planificados específicamente para estar en forma y gozar de buena salud. Aquí se podrían incluir actividades tales como aeróbic, ciclismo, andar a paso ligero o jardinería.

Si, además, el ejercicio físico se realiza como competición que se rige por unas reglas determinadas, hablamos de deporte. La forma física, a diferencia de la actividad física o el ejercicio, que son procesos conductuales, se corresponde con una serie de atributos tales como fuerza o resistencia, que determinan la capacidad para realizar actividad física. La forma física depende tanto de factores genéticos como de los niveles de actividad física de los individuos, de tal modo que es posible desarrollar programas específicos de ejercicio encaminados a la mejora de la forma física.

La cuantificación del gasto energético asociado a la actividad física se puede realizar en kilocalorías o kilojulios ( $1 \text{ kcal} = 4,20 \text{ kJ}$ ;  $1.000 \text{ kilojulios} = 240 \text{ kilocalorías}$ ). Para facilitar la tarea de dicha cuantificación y de medir la intensidad de la actividad física, muchos especialistas utilizan una unidad denominada MET (significa equivalente metabólico). Un MET es igual al número de calorías que un cuerpo consume mientras está en reposo. A partir de ese estado, los METS se incrementan según la intensidad de la acción (Armijos).

### 2.2.3 La holística

La holística es la integración de todas las actividades que tiene que ver con el desarrollo del ser humano. La palabra holística proviene del griego “holos”, que significa Unión, Unificación. En el mundo en que vivimos, podemos observar que la especie humana está dividida en razas, religiones, naciones, ideas políticas, clases sociales, y el enfoque está dado hacia lo exterior. La holística piensa que lo externo es importante, pero es necesario un cambio interior de cada ser humano para una transformación global. La holística trata de integrar al ser humano en tres aspectos: Cuerpo, Mente y Espíritu o Alma (Yoga Wind).

Dentro de la holística se encuentran las medicinas alternativas: Homeopatía, Acupuntura, Hidroterapia, Herboristería, Macrobiótica, Sistema de Flores de Bach, etc. Por otro lado, están las disciplinas que tienen que ver con la transformación interior y que para ello emplean diferentes métodos para fortalecer la voluntad, tener una mayor flexibilidad física y mental y curar algunas dolencias: Yoga, Karate, Taichí, Gimnasia Rítmica, Do-In, etc. También se encuentra la Psicología holística, que, a diferencia del Psicoanálisis, trata las neurosis trabajando con el cuerpo y las emociones, ya que estas afectan la mente, ejemplo: Gestalt, diferentes terapias combinadas con meditación, soma, técnicas de William Reich, etc. (Yoga Wind).

A pesar que la crisis económica que afecta al hombre moderno, la parte afectiva es un factor fundamental, y la mayoría de los problemas actuales son familiares, conflictos de pareja y relacionamiento, ya que como seres humanos necesitamos afecto y comprensión. Allí, en ese momento es necesario aplicar los principios de la holística. Generalmente uno juzga a los demás y ve los defectos ajenos, pero nadie trata de corregirse y comprender a los demás.

Yoga y Taichí son disciplinas milenarias que corresponden a lo que se llama las filosofías perennes, ambas son complementarias.



### **2.2.3.1 Yoga**

El Yoga viene del sanscrito YUGO, que significa Unión; en el yoga se cree que hay cuatro cuerpos: el físico, el emocional, el mental y el espiritual. Cuando se hace práctica en el yoga, lo que se logra es una armonía en los cuatro cuerpos; por lo tanto, esta armonía se refleja en la persona y en los comportamientos diarios, en el organismo visto integralmente que reacciona de manera más armónica; con la práctica del yoga el ser humano encuentra estado de paz, estado de salud y bienestar. (Yoga Wind)

Dentro de las herramientas del yoga, las más conocidas son las ASANAS; éstas son posturas corporales que ayudan al beneficio del cuerpo físico y emocional, cada *asana* tiene un beneficio específico, como por ejemplo *Paschimottanasana*, que permite limpiar y hacer un masaje a los órganos internos, principalmente a los que intervienen en el proceso de la digestión; y así hay varias posturas corporales. (Yoga Wind)

Lo importante del yoga es tener una respiración profunda, no forzada y practicar las asanas.

Existen otras técnicas del yoga como son la respiración que se la conoce como el PRANAYAMA.

- Prana: energía vital;
- Yama: manejo de la energía;

Es el manejo de la energía vital a través de la respiración.

### **2.2.3.2 Taichí**

Es la utilización del movimiento lento, se lo conoce también como el arte de la armonía interior. A través del movimiento lento se va estructurando una serie de formas o danzas cuya práctica al final permite un estado de centramiento, de estar en contacto consigo mismo y esto permite un mayor relacionamiento y contacto con los demás, como son los hijos, la pareja, en el trabajo etc. Obteniendo una mejor calidad de vida, y sabiendo enfrentar situaciones de estrés de mejor manera. (Zambrano)

#### **2.2.4 Bailoterapia**

Según Zambrano 2015 (), la técnica de la bailoterapia tiene sus orígenes hace alrededor de 12 años, y su objetivo principal es la de eliminar el estrés individual o colectivo generado por las diferentes situaciones que se pudieran establecer en el medio.

Bailoterapia es la combinación de gimnasia aeróbica con típicos pasos de baile que se ejecutan en las danzas ibéricas y latinas. Este método lo usa gente a nivel mundial para bajar de peso y más aún para reducir las tensiones del día, y como una herramienta para socializar, ya que se realiza esta actividad en grupo así que demanda intensa interacción social.

Históricamente el baile ha sido una de las formas de expresión más practicadas por el ser humano. La música que acompaña a los pasos de danza son los encargados de aportar la energía que necesita y ser la terapia para la superación de estados de dolor y de molestias, teniendo en cuenta que, al momento de ejercitarse por medio de esta actividad física, el ser humano puede llegar a quemar hasta 900 calorías por hora de actividad

#### **2.2.5 Método BaileActivo**

Éste es un método diferente al que comúnmente se conoce como baile. Nace el 5 de diciembre del 2004 en la ciudad de Caracas, Venezuela, fundado por Danny Zambrano. Posteriormente se funda en la ciudad de Madrid el Centro BaileActivo, que se encarga de instruir y certificar a docentes en esta área. (Zambrano 1)

BaileActivo es la modalidad de baile fitness que integra cuerpo y mente a través de la expresión corporal y del ejercicio físico. En 55 minutos se logra armonizar la interpretación musical y la actividad cardiopulmonar, permitiendo quemar calorías con la combinación de distintas tendencias de baile, con el fin de mejorar la expresividad, la coordinación, interpretación e improvisación de sus participantes mediante la metodología de la aeróbica, resaltando la expresión corporal para llevar al individuo a un Bienestar General.

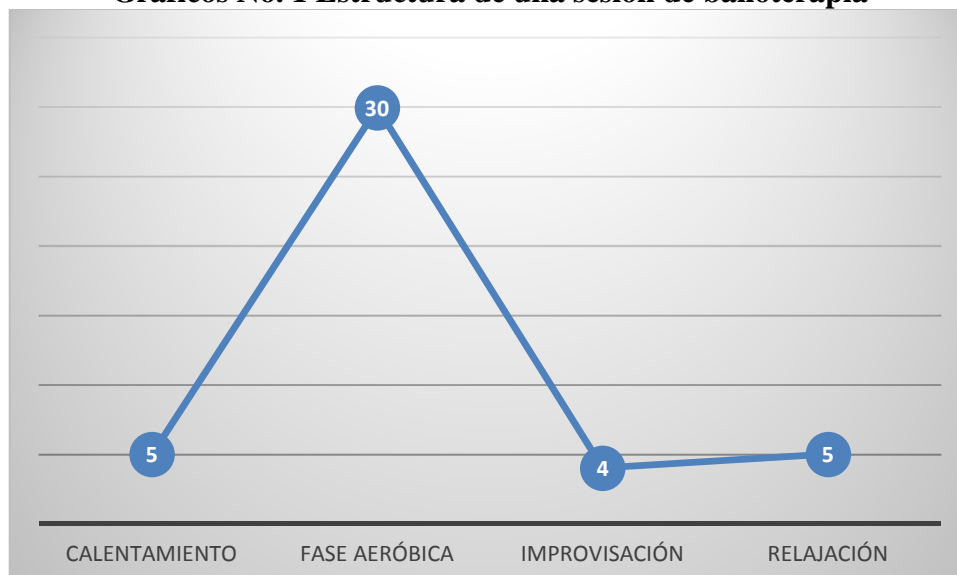
En este método se relaciona el Bienestar General a un trabajo progresivo durante cada sesión, utilizando temas con mensajes positivos, por lo que se consigue un estado emocional equilibrado mientras avanza la clase. Activando lo visual, lo gestual y lo vocal, se logra que el practicante no se enfoque solo en los pasos básicos repetitivos, sino que el cuerpo en toda su integridad logre un ejercicio psicoterapéutico. (Zambrano 1)

### 2.2.5.1 Estructura de una sesión de BaileActivo

Una sesión de BaileActivo se encuentra estructurada por cuatro momentos, es importante mencionar que, aunque cada uno de ellos tienen un objetivo y una duración diferente son de igual importancia, de tal manera se los menciona a continuación:

- Calentamiento: Tiene una duración entre 5 a 10 minutos
- Fase aeróbica: Su duración es de 30 a 50 minutos
- Improvisación: Alcanza a penas de 4 a 6 minutos
- Cool Down y estiramiento: Duración aproximada de 5 minutos.

**Gráficos No. 1 Estructura de una sesión de bailoterapia**



**Fuente:** Zambrano pag8

### **2.2.6 Beneficios del trabajo corporal en la mujer adulta**

En el cuerpo físico: todo su cuerpo empieza a funcionar más armónicamente, muchas veces la mujer adulta tiene doble o triple función como es el trabajo profesional, trabajo en la casa y cuidado de los hijos, entre otros. Esto le lleva a tener una vida estresante y apurada.

Por medio de los servicios que presentamos en nuestro Centro Holístico, se permite a la mujer tener un espacio para sí misma. También le ayuda a desarrollar herramientas para potenciar sus facultades, de tal manera que pueda reaccionar ante un entorno de estrés.

En lo emocional: una sociedad patriarcal como la nuestra, la mujer es la que establece la relación emocional con los hijos: la crianza, el cuidado diario; es así que absorbe todos estos elementos emocionales. A través de técnicas de respiración aprende a desfogar y no quedarse guardada emocionalmente. Al momento de reprimir las emociones, estas afectan al estado de ánimo, al funcionamiento general del organismo físico y por ende actúa sobre la parte psicoemocional de la persona.

Al practicar estas disciplinas lo que se logra es una economía emocional. Esto quiere decir, que no se guarda las emociones, sino que se logra una recirculación emocional, permitiendo un mayor nivel de paz interior, reflejado en las relaciones cotidianas. Por ejemplo, con los hijos hay momentos conflictivos, como el momento de hacer deberes o el momento de la comida, y la manera de reaccionar de los padres es ser drásticos con los hijos u obligar a que coman; en la práctica lo que se aspira es a tener un mayor nivel de aprendizaje a escuchar, aprender a reconocer al niño, a relacionarse más pacíficamente; de tal manera que la conducta del adulto proceda de mejor manera ante sus emociones y situaciones conflictivas que se establecen con los hijos.

### **2.2.7 Terapia Gestalt**

Según Alcocer, la terapia Gestalt, surgió a finales de la segunda guerra mundial, de la mano de Perls, quién estableció que los trastornos psicológicos tenían su origen en “la

incapacidad de las personas de integrar exitosa y acertadamente las partes de su personalidad en un todo saludable” (Alcocer)

Perls, consideró que la raíz de los trastornos psicológicos podía estar en la incapacidad de las personas de integrar exitosa y acertadamente las partes de su personalidad en un todo saludable. En la terapia el terapeuta anima al cliente a vivenciar sus emociones y reconocerlas por lo que son en realidad a través de la percepción ingenua y la experiencia inmediata.

La clave es enfocarse en el "aquí y ahora", no en las experiencias del pasado, y una vez situados en el "aquí y ahora" puede enfrentar conflictos pasados o asuntos inconclusos –las llamadas gestaltes inconclusas, o cosas sin llevar realmente a término, desde funciones muy elementales a cierre de ciclos. Tiene una particularidad esta terapia, y es que funciona mejor, pero mucho mejor en grupos. (Alcocer)

## **2.2.8 Análisis de variables del Entorno Externo**

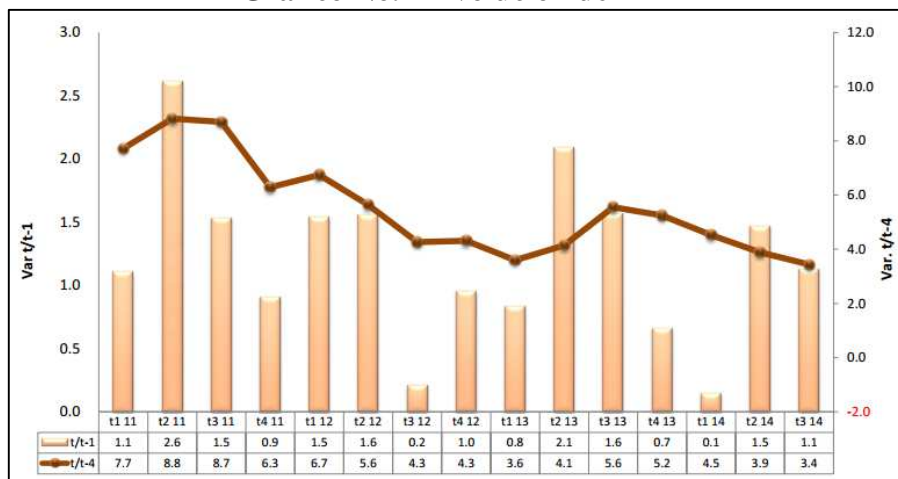
### **2.2.8.1 Económicas**

#### **Producto Interno Bruto (PIB)**

En relación a políticas públicas, el gobierno mantiene consistentemente su modelo económico, que se caracteriza por tener como actor principal al Estado y gasto público como el dinamizador de la economía; sin embargo, luego de que en 2011 se presentara el segundo mayor crecimiento luego de la dolarización, cuando la economía creció en 7,98%, tal parece que el modelo comienza a flaquear y las proyecciones de crecimiento en 2013 y 2014 no superan el 4%.

En el año 2012 el PIB se ubicó en 63,673 millones de US dólares constantes y su crecimiento, con relación al año 2011, fue de 5.1%.

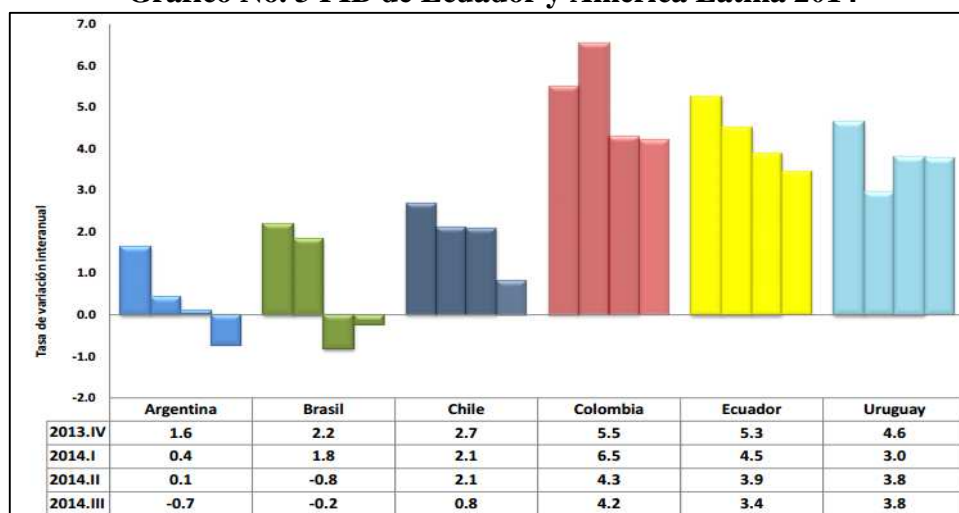
**Gráfico No. 2 Evolución del PIB**



Fuente: (Banco Central del Ecuador)

Ecuador está en el grupo de países de mayor crecimiento de América del Sur con el 3.4% al tercer trimestre del 2014.

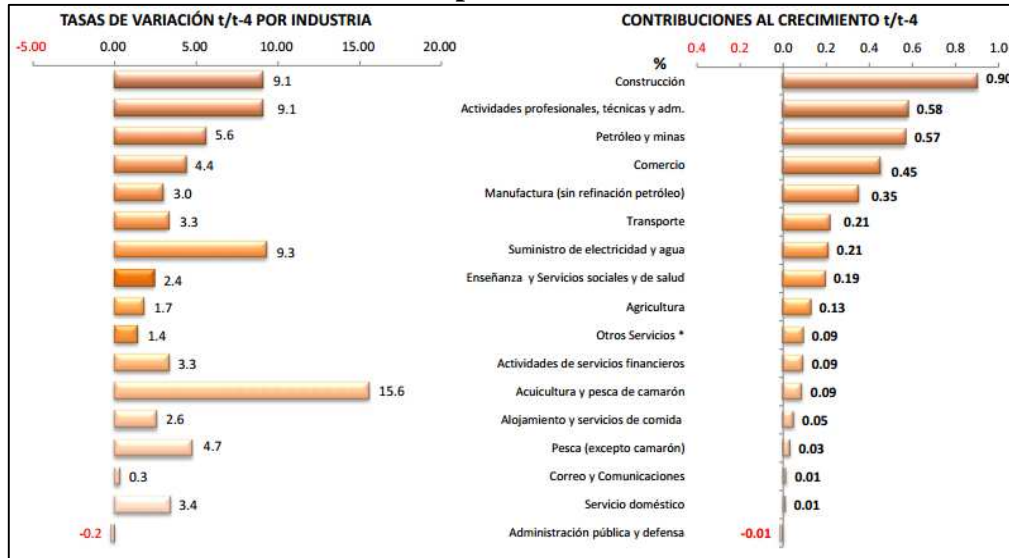
**Gráfico No. 3 PIB de Ecuador y América Latina 2014**



Fuente: (Banco Central del Ecuador)

El crecimiento promedio del PIB en América Latina al tercer trimestre de 2014 alcanzó el 1,88%, en el caso de Ecuador este valor bordeó el 3,4%, sin embargo, que el tercer trimestre del año 2014 se presentará un decrecimiento de 0,5% en relación al trimestre anterior.

**Gráfico No. 4 Contribución por industrias al crecimiento del PIB**



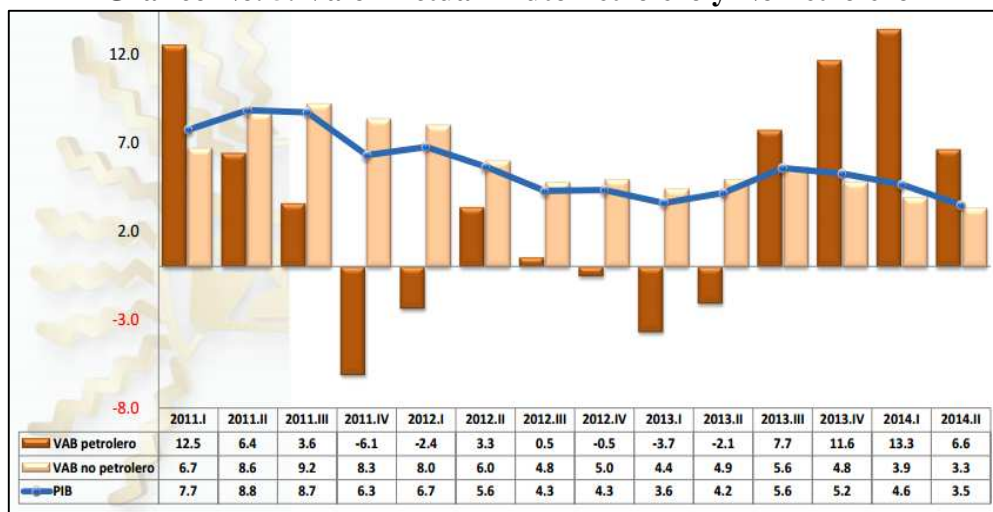
Fuente: (Banco Central del Ecuador)

En cuanto a la contribución por industrias al crecimiento del PIB, las que activan la economía del país, en orden de participación se encuentran la Construcción (0,90), las actividades profesionales, técnicas y administrativas (0,58) y la actividad del Petróleo y minas (0,57).

**Valor Actual Bruto Petrolero y No Petrolero**

El comportamiento del VAB Petrolero registra un crecimiento de 6.6% al segundo trimestre del 2014 y el VAB No Petrolero de 3.3%, en relación al 3.5% del PIB.

**Gráfico No. 5. Valor Actual Bruto Petrolero y No Petrolero**

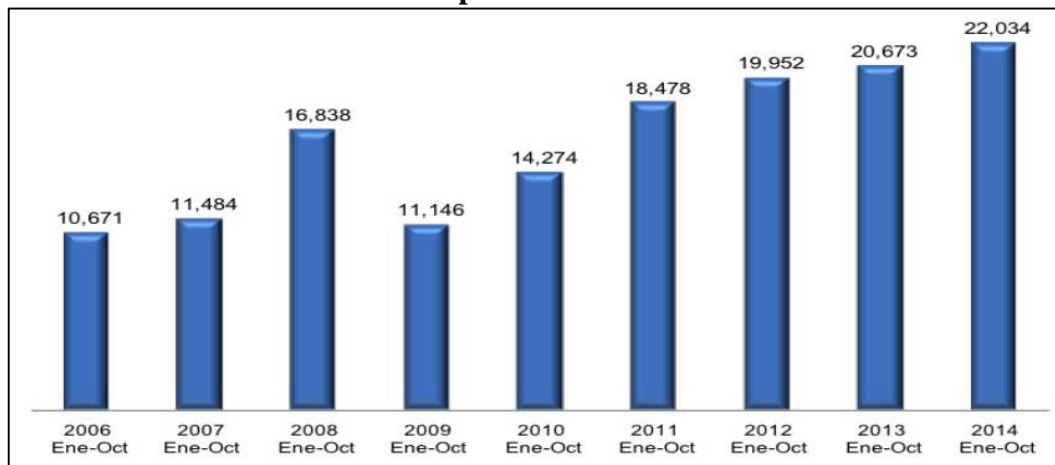


Fuente: (Banco Central del Ecuador)

## Exportaciones, Producciones Primarios e Industrializados

Entre enero y octubre de 2013 Ecuador exportó USD 20.673 millones, en el mismo periodo en el año 2014 este valor ascendió a USD 22.034, es decir, USD 1.361 millones más.

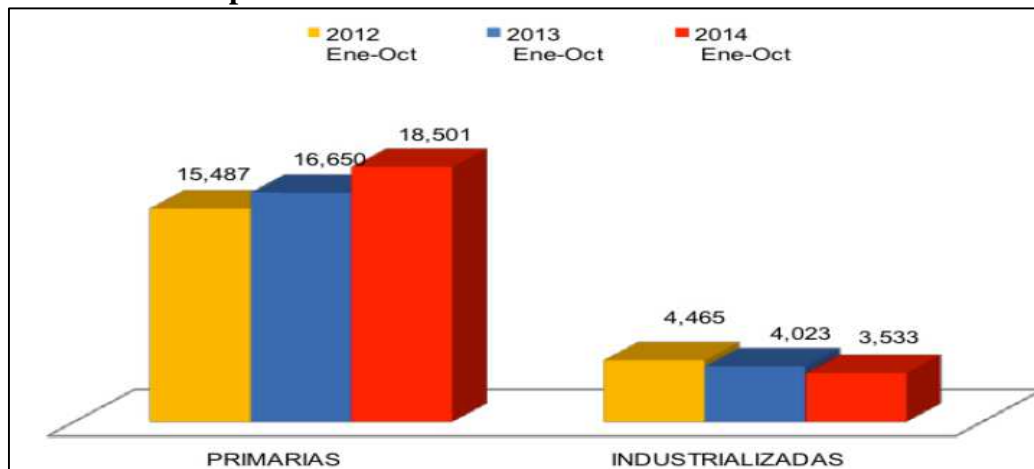
**Gráfico No. 6. Evolución exportaciones totales. Millones USD FOB**



Fuente: (PROECUADOR)

En cuanto al crecimiento por tipo de producto, las exportaciones de productos primarios presentan un crecimiento de 11,12% al comparar el valor alcanzado entre enero y octubre de 2013 con el mismo periodo del 2014; en tanto que los productos industrializados decrecieron un 12,19% al tomar el mismo periodo.

**Gráfico No. 7. Exportaciones Primarias e Industrializadas. Millones USD FOB**



Fuente: (PROECUADOR)



## Inversión extranjera

El año 2014 la inversión extranjera en el país alcanzó USD 766.452,9 miles, en relación a USD 731.675,2 miles del 2013, es decir que existió un crecimiento de 4,5%.

**Tabla No. 1. Inversión extranjera por Rama de Actividad Económica**

Rama de actividad económica	Años							
	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
Agricultura, silvicultura, caza y pesca	25.479,8	20.508,3	52.333,2	10.697,1	475,2	17.861,5	25.798,7	38.928,6
Comercio	92.184,7	119.945,8	84.112,6	93.577,0	77.785,2	83.231,5	109.809,2	141.948,3
Construcción	19.632,3	49.352,2	(13.897,9)	27.774,2	50.068,3	31.112,4	68.730,5	4.278,4
Electricidad, gas y agua	11.898,5	(6.763,5)	3.008,0	(6.311,7)	(10.824,9)	46.447,5	29.201,3	(4.671,1)
Explotación de minas y canteras	(102.795,4)	244.114,6	5.802,5	178.001,5	379.201,9	224.945,0	252.886,2	490.125,2
Industria manufacturera	98.960,0	197.997,9	117.752,1	120.323,6	121.927,1	135.596,2	137.917,8	107.602,2
Servicios comunales, sociales y personales	16.667,7	13.566,6	18.297,2	22.883,1	27.824,4	1.698,6	(2.318,6)	14.072,5
Servicios prestados a las empresas	84.591,0	142.259,2	(23.644,0)	68.015,2	44.697,0	39.478,9	118.116,5	25.808,4
Transp., almacenam. y comunic.	(52.460,1)	277.274,9	64.238,2	(349.577,7)	(47.432,9)	4.179,7	(8.466,3)	(51.639,6)
<b>TOTAL</b>	<b>194.158,5</b>	<b>1.058.256,0</b>	<b>308.001,9</b>	<b>165.382,3</b>	<b>643.721,4</b>	<b>584.551,3</b>	<b>731.675,2</b>	<b>766.452,9</b>

Fuente: (Banco Central del Ecuador)

En el 2014 las ramas de actividad económica que más se destacó fue la relacionada con explotación de minas y canteras con una participación de USD 490.125,2 miles, seguida de comercio con USD 141.948,3 y la industria manufacturera con el USD 107.602,2.

## Inflación

La inflación es un indicador medido “estadísticamente a través del Índice de Precios al Consumidor del Área Urbana (IPCU), a partir de una canasta de bienes y servicios demandados por los consumidores de estratos medios y bajos, establecida a través de una encuesta de hogares” (Banco Central del Ecuador).

En los últimos años se refleja estabilidad de los precios de bienes y servicios, lo que ha dinamizado el mercado en el Ecuador. Así las personas demandan en mayor grado cuando existen bajos precios al consumidor.

Como se puede observar en la figura 7, la tasa de inflación en los últimos años ha disminuido, así en el año 2011 alcanzó el 5,41%, en tanto que para el 2013 alcanzó 2,70%, es decir 2,71 puntos porcentuales menos. Sin embargo, de que en el año 2014 la tasa subiera 0,97

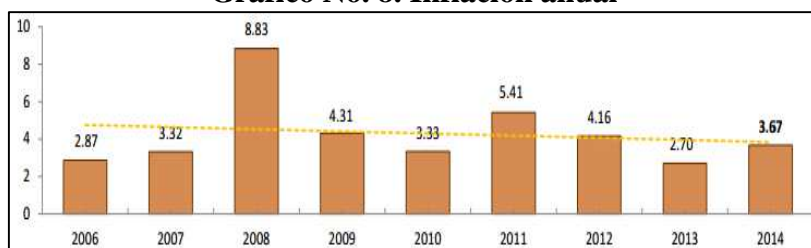
puntos porcentuales en relación al año anterior. En resumen, el porcentaje promedio durante los últimos seis años bordea el 3,93%.

**Tabla No. 2. Evolución del índice de precios al consumidor**

INFLACIÓN	
AÑO	PORCENTAJE ANUAL
2009	4,31%
2010	3,33%
2011	5,41%
2012	4,16%
2013	2,70%
2014	3,67%
<b>PROMEDIO</b>	<b>3,93%</b>

Fuente: (Banco Central del Ecuador)

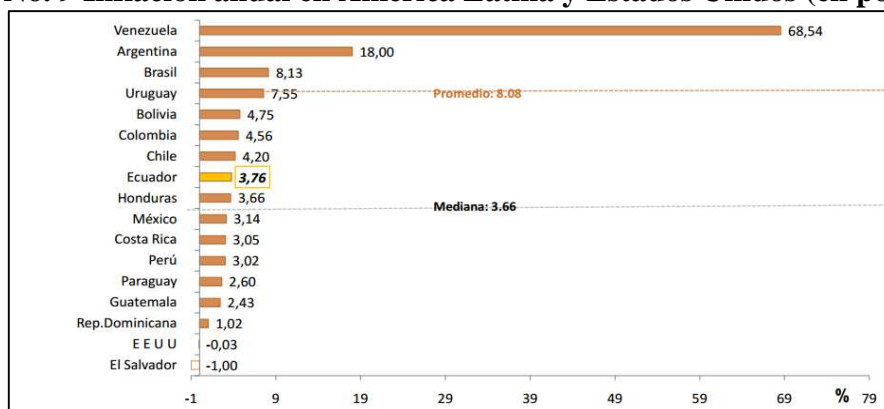
**Gráfico No. 8. Inflación anual**



Fuente: Banco Central del Ecuador ()

A marzo de 2015, Ecuador se encontró con una inflación de 3,76%, lo que lo ubicó debajo del promedio establecido en relación a otros países de Latinoamérica.

**Gráficos No. 9 Inflación anual en América Latina y Estados Unidos (en porcentajes)**



Fuente: (Banco Central del Ecuador)

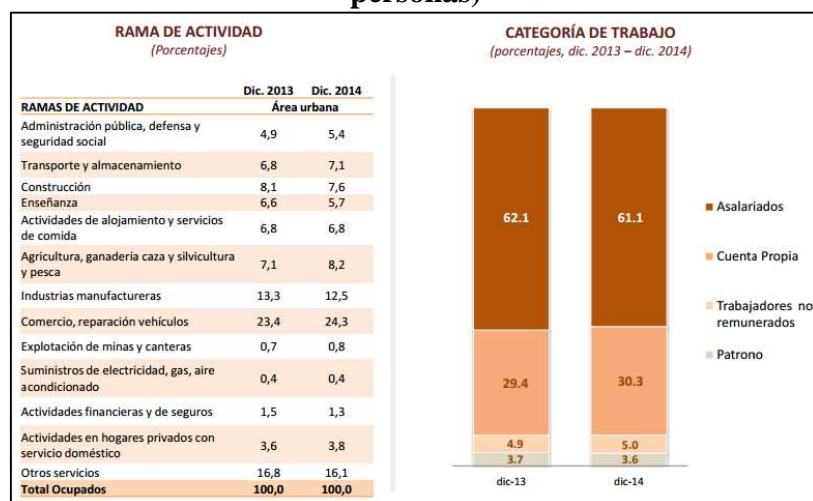
### 2.2.8.2 Sociales

El análisis del factor social se realiza tomando en cuenta los aspectos relacionados con la Población Económicamente Activa y mercado laboral.

#### Población Económicamente Activa (PEA)

La Población Económicamente Activa (PEA), de acuerdo a los resultados emitidos por el INEC, producto de la encuesta de Empleo Urbano y Rural en “Diciembre de 2014 superó los 4.7 millones de personas, representando el 44% de la población del país” (Instituto Nacional de Estadísticas y Censos).

**Gráfico No. 10 . Población económicamente activa por área de actividad (Número de personas)**



Fuente: Banco Central del Ecuador ( )

Entre el año 2008 y 2015 el crecimiento promedio de la PEA fue de 0,63%. En cuanto a la actividad que realiza, se pudo identificar que el comercio es el de mayor importancia, en razón de que emplea al 24,3% de la población económicamente activa, por el contrario el sector que emplea a menos individuos es el de suministros de electricidad, gas, aire, por acoger a penas a 0,4%, como se expone en la figura 9.

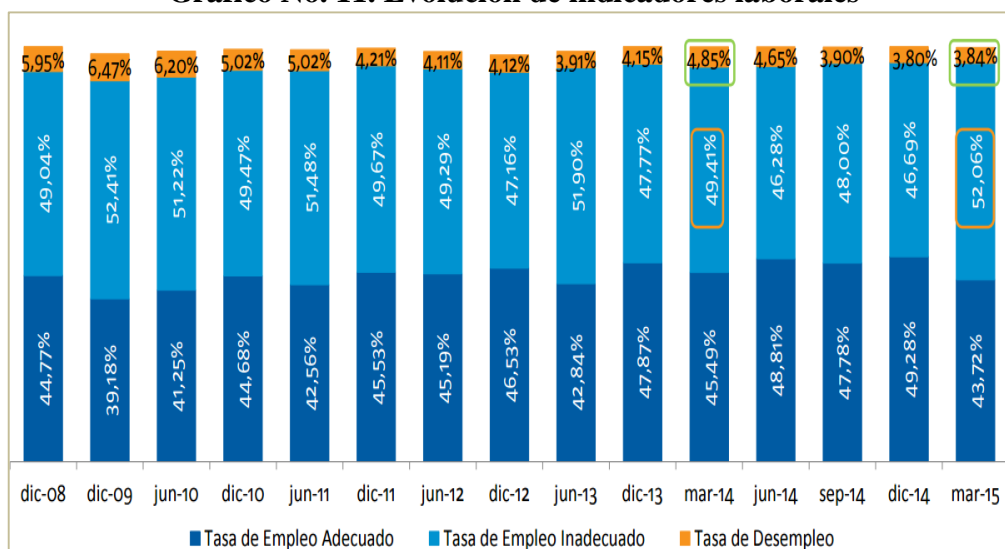
En el año 2014 la mayor parte del mercado laboral estuvo conformada por personas asalariadas (61,10%) y apenas el 3,6% aparecen como patronos o representantes legales de una empresa.

## Mercado laboral

Según el INEC (), el mercado laboral en el Ecuador en cuanto a la tasa de empleo adecuada muestra una evolución positiva. Así en diciembre de 2008 se ubicó en el 44,77% y en diciembre de 2014 en 49,28%, lo que indica un incremento de 4,51 puntos porcentuales.

La tasa de evolución de desempleo, en diciembre de 2008 se situó en el 5,95% y en diciembre del 2014 en 3,80%, es decir que existió una reducción de 2,15 puntos porcentuales.

**Gráfico No. 11. Evolución de indicadores laborales**

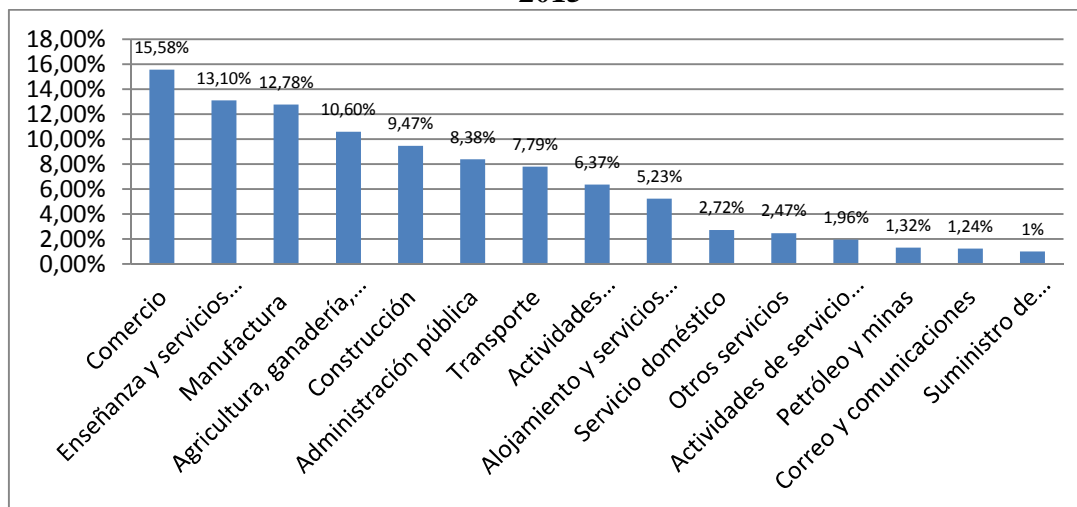


Fuente: (INEC )

De acuerdo al informe divulgado por el INEC (), la estructura del empleo adecuado por tipo de empleador a nivel nacional a marzo del 2015 perteneció al 81,95% de participación del sector privado y al 18,05% del sector público. Así “de cada 10 plazas de trabajo 8 son generadas por el sector privado y dos son generadas por el sector público” (30).

En cuanto a la composición del empleo adecuado por rama de actividad, el INEC (), señala que el comercio ocupa el 15,58%, seguido de la enseñanza y servicios sociales con el 13,10%, y la manufactura con el 12,78%.

**Gráfico No. 12 Composición del empleo adecuado por rama de actividad a marzo del 2015**



Fuente: (INEC )

### 2.2.8.3 Ecológicas

Según lo estipulado en el Capítulo II de la Evaluación de Impacto Ambiental y del Control Ambiental, Artículo 19:

Las obras públicas, privadas o mixtas, y los proyectos de inversión públicos o privados (...) deberán ser calificados previamente a su ejecución, por los organismos descentralizados de control, conforme al Sistema Único de Manejo Ambiental, cuyo principio rector será el precautelatorio.

Esto implica que todo emprendimiento debe considerar el cuidado del medio ambiente dentro de su planificación, en razón de que la evaluación del impacto ambiental comprende, según lo señala el Artículo 23 de la misma ley:

a) La estimación de los efectos causados a la población humana, la biodiversidad, el suelo, el aire, el agua, el paisaje y la estructura y función de los ecosistemas presentes en el área previsiblemente afectada;

b) Las condiciones de tranquilidad públicas, tales como: ruido, vibraciones, olores, emisiones luminosas, cambios térmicos y cualquier otro perjuicio ambiental derivado de su ejecución; y,

c) La incidencia que el proyecto, obra o actividad tendrá en los elementos que componen el patrimonio histórico, escénico y cultural.

#### **2.2.8.4    *Tecnológicas***

El uso adecuado de las Tecnologías de Información y Comunicación por parte de las empresas resulta un apoyo “a las estrategias de negocios en los diferentes procesos productivos, o en la interacción con los clientes” (Ministerio de Economía, Fomento y Turismo de Chile 4).

En definitiva, el uso de este tipo de tecnología representa un factor de gran importancia que permite a los emprendimientos alcanzar el éxito. Su uso permite mejorar el desempeño organizacional de las empresas, porque automatiza los procesos rutinarios, da acceso a información, facilita los procesos de aprendizaje, contribuye a que exista una relación efectiva entre la empresa y los clientes y proveedores; facilita la interacción con instituciones externas como bancos o entidades públicas de control, facilitando el manejo del capital y la realización de trámites sin necesidad de salir del lugar de trabajo.

#### **2.2.8.5    *Culturales***

El objetivo número tres del Plan Nacional del Buen Vivir es “Mejorar la calidad de vida de la población”, lo que involucra la salud. Para el efecto, el gobierno ecuatoriano ha realizado un trabajo en el cual ha integrado a diferentes sectores como el Ministerio de Salud, Educación, Deporte e Inclusión Económica y Social, con la finalidad de impulsar políticas públicas dirigidas a generar hábitos saludables en la población y así cambiar la conducta alimenticia y los cuidados personales, para fomentar la nutrición adecuada entre sus pobladores y el ejercicio diario.

Dentro de estas políticas se encuentra el etiquetado de alimentos procesados, la supervisión de los productos que se expenden en los bares escolares y la promoción de estrategias que promueven el ejercicio entre los pobladores, como “Aprendiendo en Movimiento y Ecuador Ejercítate”.

Así, en sitios estratégicos de las principales ciudades del país se han colocado pendones con la frase “5 porciones de frutas y verduras y 30 minutos de actividad física diaria disminuye los riesgos de sufrir enfermedades como diabetes e hipertensión. En Ecuador 42 personas mueren diariamente por enfermedades relacionadas al sobrepeso y la obesidad” (Ministerio Coordinador). Por medio de este proyecto se busca cambiar la cultura alimentaria que tiene la población ecuatoriana e incentivar en ella la práctica habitual del ejercicio para contribuir a su buena salud.

#### **2.2.8.6 Políticas**

Según la Presidencia de la República el Ecuador ha tenido en los últimos años estabilidad política, lo que representa un atractivo para los inversionistas nacionales y extranjeros, en relación a otros países de Latinoamérica. (Presidencia de la República),

En este sentido, según Mantone, Presidente de la compañía china Wei Songfan, citado por la Presidencia de la República (), el país “presenta las condiciones óptimas para invertir”.

Además, la dolarización ha brindado estabilidad política y económica al país, por ser “la moneda más fuerte del mundo y que ha permitido la incorporación de la clase económicamente baja al consumo a través de créditos” Jaime Nebot citado por El Comercio (El Comercio 3).

#### **2.2.8.7 Demográficas**

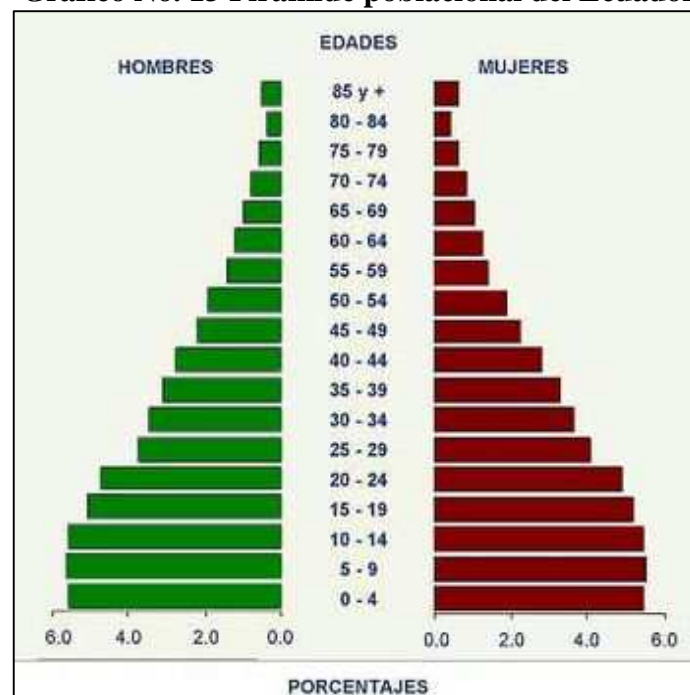
“la población de la República del Ecuador según el censo realizado en el año 2010 asciende a 14.483.499 personas, con la más alta densidad poblacional de América del Sur, teniendo 56.5 habitantes por km<sup>2</sup>”. Según el INEC:

A pesar que el ecuatoriano hace tan sólo un siglo se concentraba con más alta frecuencia en la región Sierra en los Andes, hoy en día la población está dividida casi equitativamente entre Sierra y Costa. (INEC)

Los datos publicados por el INEC sobre el censo de población y vivienda, mostraron ciertas peculiaridades de la evolución del comportamiento del país, Entre algunas características, el acceso a tecnologías por sus habitantes que llega a un considerable porcentaje.

La pirámide poblacional muestra una tendencia cada vez más perpendicular, lo que denota, menor número de hijos por pareja, mayor porcentaje de adultos mayores, y una población que en la actualidad su mayoría está en edad de trabajar.

**Gráfico No. 13 Pirámide poblacional del Ecuador**



Fuente: INEC (INEC)

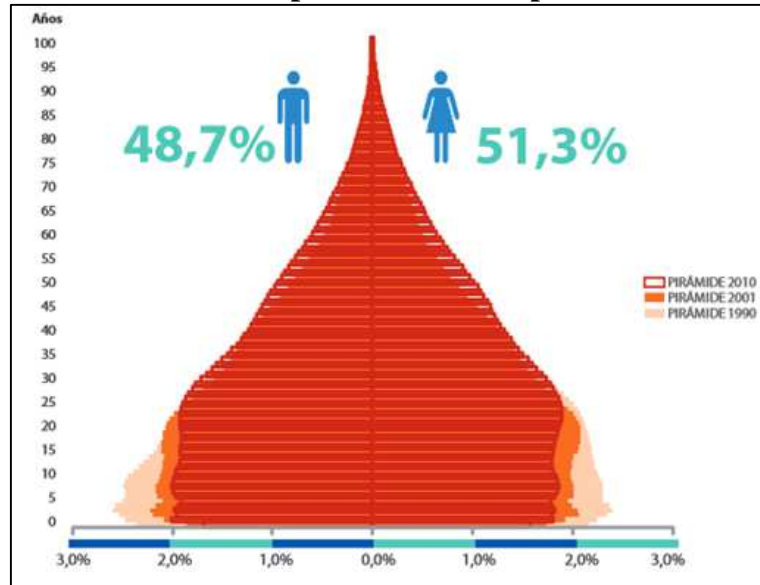
Según el INEC, la estructura de la población corresponde a: 6'830.674 hombres y 6'879.560 mujeres (INEC). De acuerdo a la edad:

- 0-14 años: 34.9% (hombres 2,430,303; mujeres 2,351,166)
- 15-64 años: 60.6% (hombres 4,116,289; mujeres 4,198,667)
- 65 años y más: 4.5% (hombres 284,082; mujeres 329,727).

En la provincia de Pichincha la distribución de la población corresponde a 48,7% hombres y 51,3% mujeres, que se encuentra principalmente en edad joven hasta los 29 años.



**Grafico No. 14. Pirámide poblacional de la provincia de Pichincha**



Fuente: (INEC)

En Quito existen 2.239.191 personas, de las cuales 1.150.380 son mujeres y 1.088.811 hombres, la edad promedio de la población es de 29 años.

### **2.3 Bases legales**

El gobierno nacional en búsqueda de apoyar y fortalecer las iniciativas de emprendimiento en el país, brinda capacitaciones y asesoramiento técnico a través de la creación de Centros de Desarrollo Empresarial y Apoyo al Emprendimiento (CDEAE), patrocinado por el Ministerio de Industrias y Productividad, con el objetivo de desarrollar destrezas y habilidades productivas en los emprendedores, en razón de que las mipymes contribuyen ampliamente en el desarrollo económico del Ecuador.

Así, el gremio de la Pequeña Industria de Pichincha ha propuesto al gobierno nacional las siguientes acciones para promocionar a las pymes (Cámara de la Pequeña y Mediana Empresa de Pichincha):

Generales:

El gobierno con la participación del sector público y privado, y de la sociedad civil, debe definir la visión del país a largo plazo.

Diseñar una estrategia concertada para reactivar la economía.

### Políticas Sectoriales:

- Fortalecer la competitividad y productividad mediante la aplicación de medios para facilitar el acceso al crédito, mejorar la calidad de los programas de capacitación de los recursos humanos, impulsar el desarrollo de nuevas tecnologías, y mejorar el marco jurídico.
- Impulsar el incremento y diversificación de la oferta exportable
- Fortalecer a los sectores productivos más vulnerables como son las PYMES, las microempresas, etc.
- Dar el apoyo a la institucionalización de la normalización y calidad de los productos.
- Diseñar y aplicar políticas para el financiamiento de la producción de la pequeña industria.

#### **2.3.1 Plan Nacional del Buen Vivir**

Actualmente el gobierno nacional basa cada una de sus actividades al cumplimiento establecido en el Plan Nacional del Buen Vivir, por tal motivo cada una de las acciones realizadas por la empresa privada debe encaminarse por dicha línea, el proyecto de investigación que se desarrolla se basa en:

Mejorar la calidad de vida de la población

- Fomentar el tiempo dedicado al ocio activo y el uso del tiempo libre en actividades físicas, deportivas y otras que contribuyan a mejorar las condiciones físicas, intelectuales y sociales de la población
- Impulsar de forma incluyente la práctica de deportes y actividad física en el uso del tiempo libre (Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo)

### 2.3.2 Ecuador Ejercítate

Según el Ministerio de Deporte (), “el objetivo de Ecuador Ejercítate es promover la actividad física por medio de bailoterapia, aeróbicos y juegos recreativos de manera gratuita, buscando optimizar el uso del tiempo libre en la ciudadanía”.

Actualmente este proyecto cuenta con 1.040 punto de activación alrededor del todo el país, el gobierno nacional ha designado un presupuesto para tal efecto de 1.669.941,79, con la finalidad de conseguir la integración de la ciudadanía en actividades saludables. (Ministerio del Deporte)

De tal forma, se puede constatar que existe bastante motivación por parte de las autoridades para que la población participe en diferentes actividades para que su salud se encuentre dentro de la planificación, dejando así de lado el sedentarismo.

### 2.4Glosario de términos

- **Homeopatía:** “Enfermedad de la sangre” (Real Academia de la Lengua)
- **Acupuntura:** “Es una forma de medicina alternativa y un componente clave de la medicina tradicional china que implica la inserción de agujas finas en el cuerpo en los puntos acupunturales. Puede asociarse a la aplicación de calor, presión o láser de luz en estos mismos puntos”. (Adams, Cheng y Jou)
- **Hidroterapia:** “Método curativo de algunas enfermedades que se fundamenta en la utilización del agua” (Real Academia de la Lengua)
- **Pilates:**  
“Es un sistema de entrenamiento físico y mental creado a principios del siglo XX por Joseph Hubertus Pilates, quien lo ideó basándose en su conocimiento de distintas especialidades como gimnasia, traumatología y yoga, uniendo el dinamismo y la fuerza muscular con el control mental, la respiración y la relajación”. (Yoga Wind)

- **Taichí:** “Es un arte marcial desarrollado en el Imperio de China, practicado actualmente por varios millones de personas en el mundo entero, por lo que se cuenta entre las artes marciales que se practican más masivamente”. (Real Academia de la Lengua)

## **CAPÍTULO III. MARCO METODOLÓGICO**

### **3.1 Naturaleza de la investigación**

La presente investigación es de tipo exploratoria, descriptiva; puesto que se permite la formulación de un problema el cual se resolverá con la aplicación y puesta en marcha del estudio.

### **3.2 Técnicas**

La técnica utilizada para la obtención de información es la encuesta, misma que se aplicó al mercado objetivo del nuevo negocio, mediante un cuestionario estructurado que permitió la captación óptima de los datos.

### **3.3 Instrumento**

La investigación directa se realizó en los diferentes Centros comerciales de la ciudad de Quito: Quicentro Shopping, Centro Comercial el Jardín, Centro Comercial Ñaquito, Centro Comercial Naciones Unidas, Centro Comercial el Condado, Centro Comercial el Bosque.

Los días escogidos para llevar a cabo el presente fueron los fines de semana como el sábado y el domingo, puesto que son los días de mayor afluencia de público.

Las preguntas elaboradas para realizar la investigación se elaboraron de manera que puedan ser entendidas con toda claridad por las personas que se dignaron a colaborar con el presente cuestionario.

Es importante señalar que mientras se realizó la encuesta siempre se estuvo atento durante el llenado de los diferentes datos para satisfacer cualquier inquietud que se presentare.

### **3.4 Población**

Para determinar cuantitativamente el mercado objetivo se basó en las siguientes variables:

- Población total del Distrito Metropolitano de Quito: 2.239.191 habitantes. (INEC)
- Población Urbana económicamente activa del Distrito Metropolitano entre 25 y 70 años: 211.438 habitantes. (INEC)

El mercado meta para el presente proyecto es de 211.438 habitantes.

### 3.5 Muestra

El diseño de la muestra determina los límites de la investigación, el universo de la población a estudiar y la representatividad de la muestra de estudio.

Es importante especificar que la población, el tamaño de la muestra, el tipo de estratificación o segmentación, la aleatoriedad de las muestras a usar y el muestreo dirigido de la investigación. Para los fines de nuestra investigación la población para tomar nuestra muestra fue la población económicamente activa del Distrito Metropolitano entre 25 y 70 años que corresponde a 211.438 habitantes.

Al contar con el dato del universo, se aplica la fórmula de muestreo aleatorio simple para poblaciones finitas:

$$n = \frac{NpqZ^2}{pqZ^2 + E^2(N - 1)}$$

Dónde:

n = Tamaño de la muestra buscado

N = Población o Universo= 211.438

p = grado de aceptación = 0.50

q = grado de rechazo = (1-p) = 1-0.50 = 0.50

Z = valor de la curva de gauss (normalizada) para un nivel de confianza de 95%; Z= 1.964

E = porcentaje de error tolerado = 5%

Por lo que remplazando en la fórmula se tiene:

$$n = \frac{211.438(0.5)(0.5)(1.964)^2}{(0.5)(0.5)(1.964)^2 + (0.05)^2(211.438 - 1)}$$

$$n = 384$$

### 3.6 Análisis de instrumento

#### Lugar de la encuesta

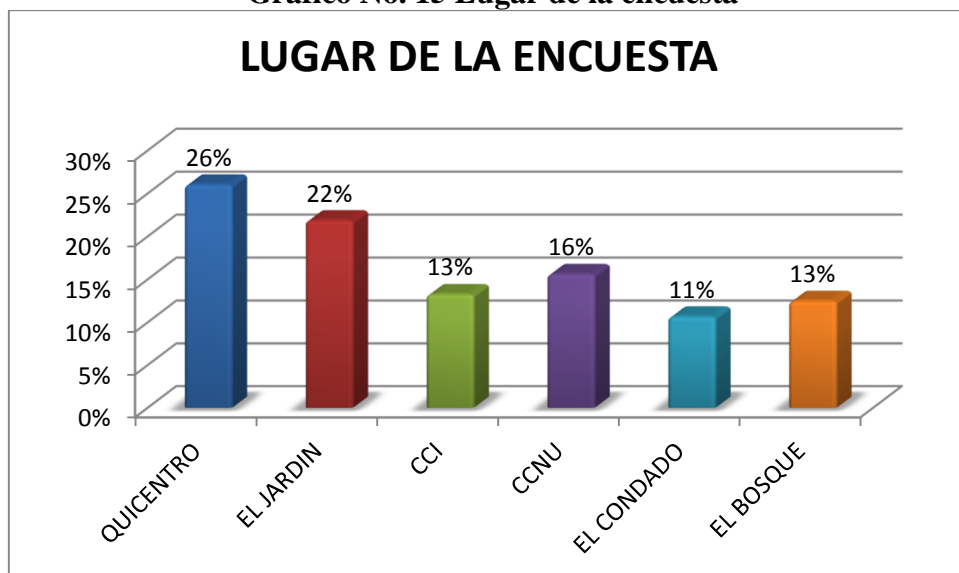
**Tabla No. 3 Lugar de la encuesta**

PARÁMETRO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Quicentro	100	26%
El Jardín	84	22%
CCI	51	13%
CCNU	60	16%
El Condado	41	11%
El Bosque	48	13%
<b>TOTAL</b>	<b>384</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Investigación Directa

**Elaborado por:** Liliana Balcázar, Diana Cárdenas

**Grafico No. 15 Lugar de la encuesta**



**Fuente:** Investigación Directa

**Elaborado por:** Liliana Balcázar, Diana Cárdenas

Como se puede observar en el cuadro anterior el mayor número de entrevistas se las realizó en el Quicentro 26% y en el Jardín 22%, esto debido a que se encuentran casi en el mismo sector, pero en los demás centros comerciales se trató de hacerlo en un porcentaje similar.

## Sexo de los encuestados

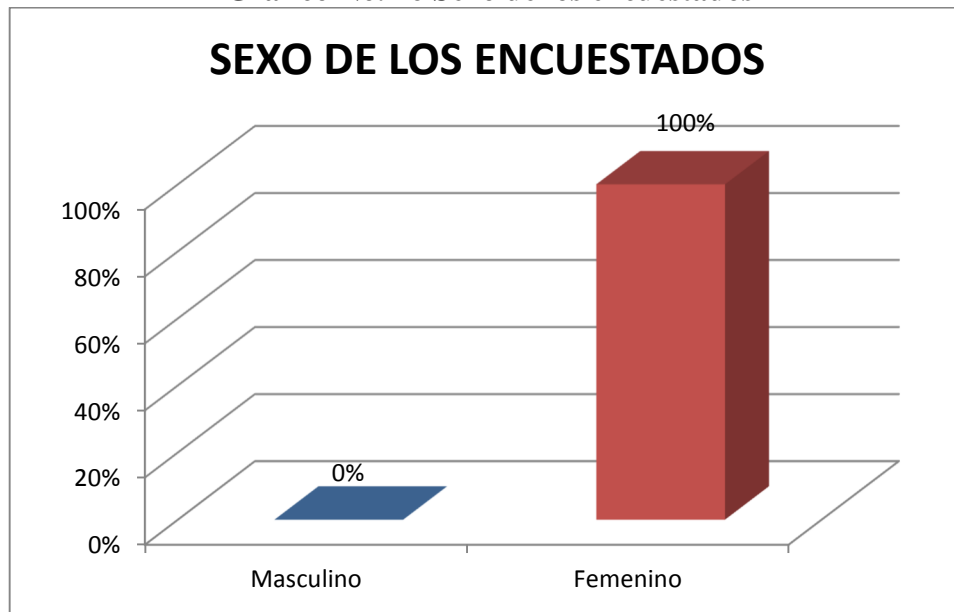
**Tabla No. 4 Sexo de los encuestados**

PARÁMETRO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Masculino	0	0.00%
Femenino	384	100%
<b>TOTAL</b>	<b>384</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Investigación Directa

**Elaborado por:** Liliana Balcázar, Diana Cárdenas

**Grafico No. 16 Sexo de los encuestados**



**Fuente:** Investigación Directa

**Elaborado por:** Liliana Balcázar, Diana Cárdenas

Los datos que se pueden observar en esta pregunta, se dan puesto que las encuestas fueron dirigidas de forma específica a dichas personas, tomando en consideración que el proyecto se trata de un Centro Holístico para mujeres.

## Edad de los encuestados

**Tabla No. 5 Edad de los encuestados**

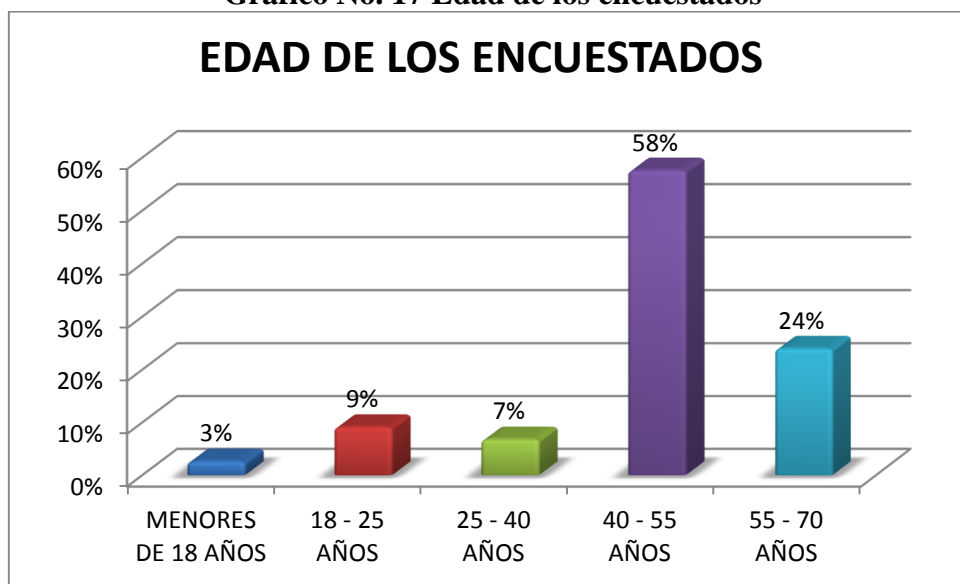
Parámetro	frecuencia	porcentaje
Menores de 18 años	10	3%
18 - 25 años	35	9%
25 - 40 años	26	7%
40 - 55 años	221	58%
55 - 70 años	92	24%
<b>Total</b>	<b>384</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Investigación Directa

**Elaborado por:** Liliana Balcázar, Diana Cárdenas



**Grafico No. 17 Edad de los encuestados**



**Fuente:** Investigación Directa

**Elaborado por:** Liliana Balcázar, Diana Cárdenas

La mayoría de las personas se encuentran en un rango de edad entre 40 - 70 años (82%) y a continuación las personas cuyas edades oscilan entre 18 y 25 años (9%) y en tercer lugar aquellas que se encuentran en el rango menores de 18 años (3%).

### Estado civil

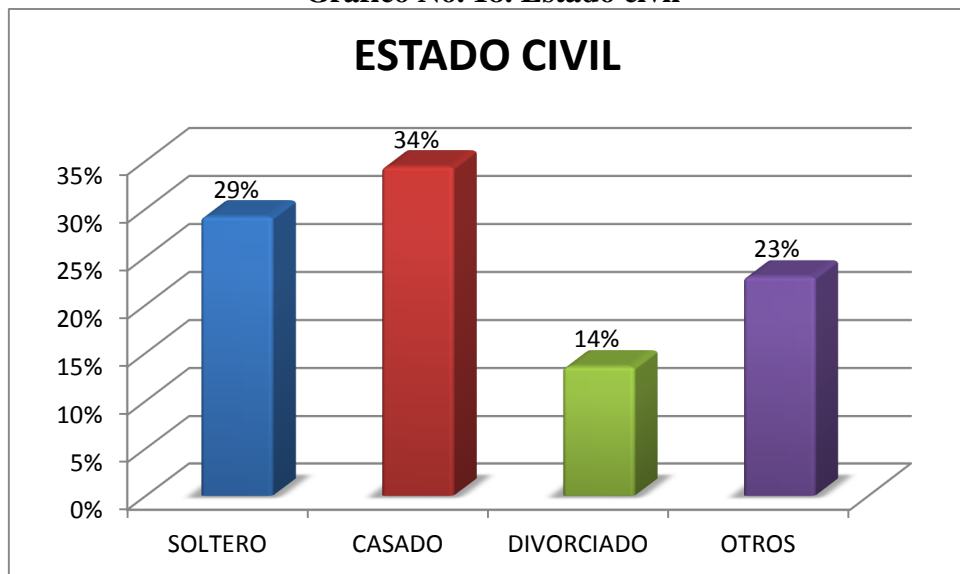
**Tabla No. 6 Estado civil**

PARÁMETRO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Soltera	112	29%
Casada	132	34%
Divorciada	52	14%
Otros	88	23%
<b>TOTAL</b>	<b>384</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Investigación Directa

**Elaborado por:** Liliana Balcázar, Diana Cárdenas

**Grafico No. 18. Estado civil**



**Fuente:** Investigación Directa

**Elaborado por:** Liliana Balcázar, Diana Cárdenas

Del total de personas encuestadas el 29% indica que su estado civil es soltero y casadas (34%), si sumamos estos dos segmentos nos da un resultado de 63%, un segmento también importante es el que ha sido etiquetado como otros en el presente estudio, pero se lo puede identificar como aquellas personas que viven en unión libre.

### Nivel de educación

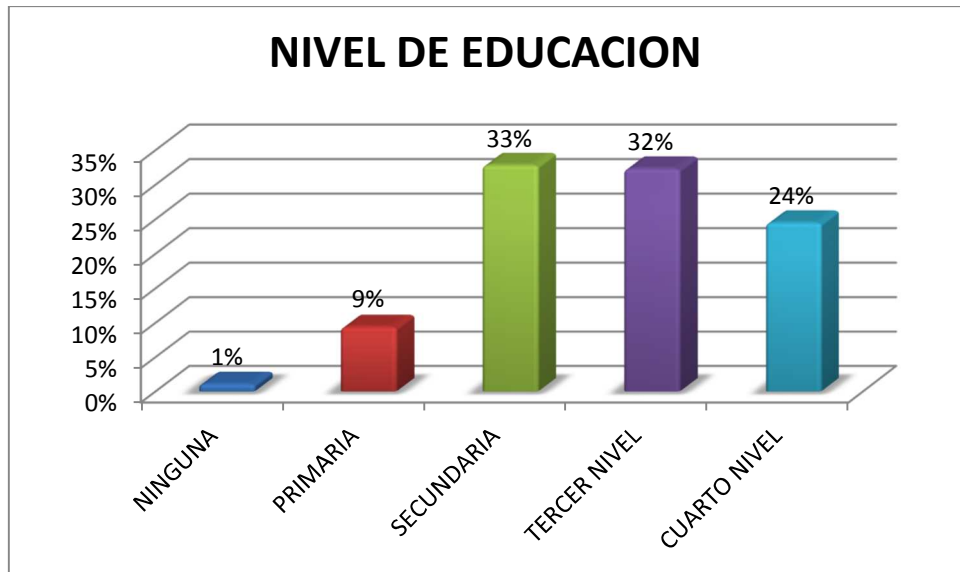
**Tabla No. 7 Nivel de educación**

PARÁMETRO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Ninguna	4	1%
Primaria	36	9%
Secundaria	126	33%
Tercer nivel	124	32%
Cuarto nivel	94	24%
<b>TOTAL</b>	<b>384</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Investigación Directa

**Elaborado por:** Liliana Balcázar, Diana Cárdenas

**Grafico No. 19 Nivel de educación**



**Fuente:** Investigación Directa

**Elaborado por:** Liliana Balcázar, Diana Cárdenas

El mayor porcentaje de personas tiene un nivel de educación entre secundaria y tercer nivel, se debe señalar que el porcentaje de personas con cuarto nivel es significativo.

### Nivel de ingresos

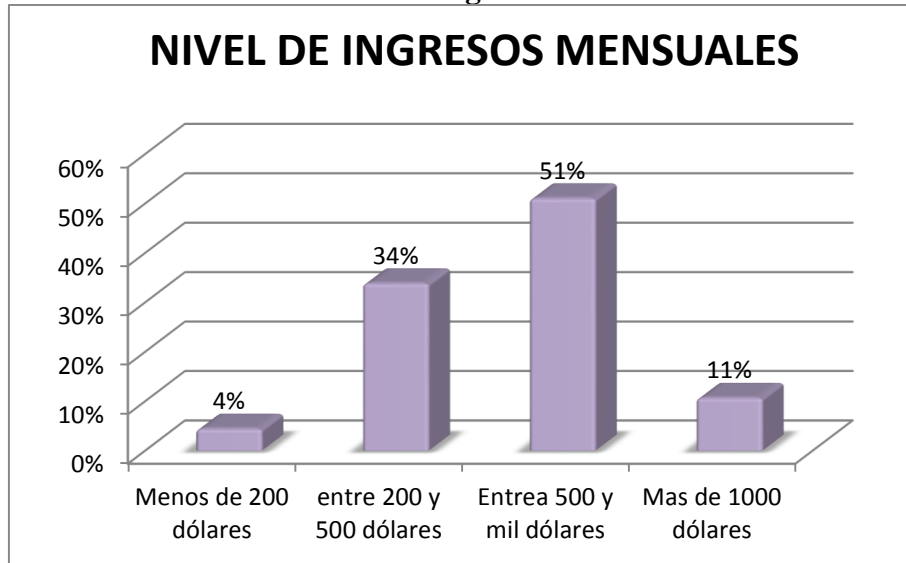
**Tabla No. 8. Ingresos mensuales**

PARÁMETRO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Menos de 200 dólares	17	4%
entre 200 y 500 dólares	130	34%
Entre 500 y mil dólares	196	51%
Más de 1000 dólares	41	11%
<b>TOTAL</b>	<b>384</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Investigación Directa

**Elaborado por:** Liliana Balcázar, Diana Cárdenas

**Grafico No. 20 Ingresos mensuales**



**Fuente:** Investigación Directa

**Elaborado por:** Liliana Balcázar, Diana Cárdenas

Las personas cuyos ingresos mensuales se hallan entre 500 y mil dólares son la mayoría y representan el 51% de las personas entrevistadas.

**PRIMERA PREGUNTA** ¿Conoce usted la existencia de algún Centro holístico en la ciudad de Quito?

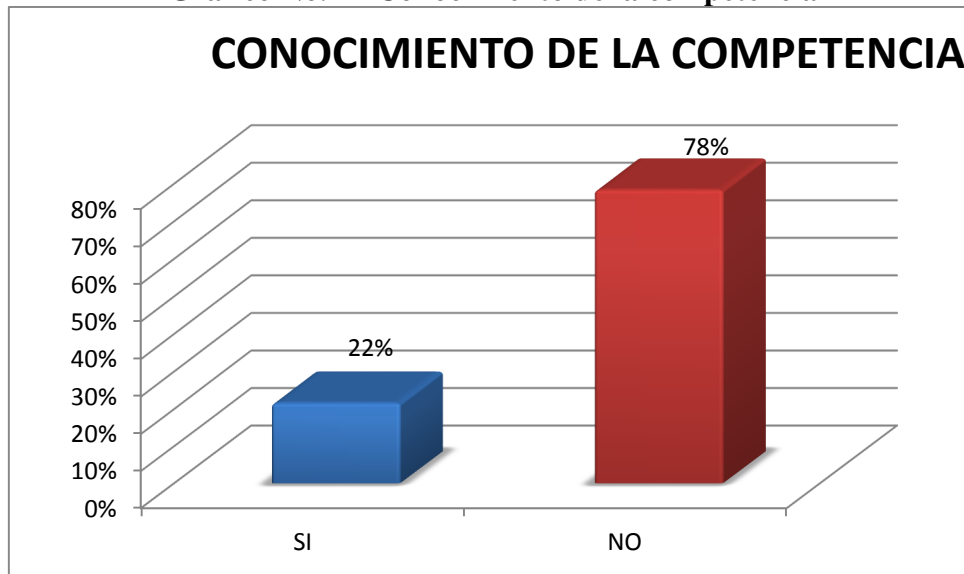
**Tabla No. 9 Conocimiento de la competencia**

PARÁMETRO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	83	22%
No	301	78%
<b>TOTAL</b>	<b>384</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Investigación Directa

**Elaborado por:** Liliana Balcázar, Diana Cárdenas

**Grafico No. 21 Conocimiento de la competencia**



**Fuente:** Investigación Directa

**Elaborado por:** Liliana Balcázar, Diana Cárdenas

La respuesta a esta pregunta permite conocer si las personas conocen la competencia, pero como se puede observar solamente el 22% dice conocer la existencia de un centro holístico, en la ciudad de Quito, pero se tiene una confusión con el Centro y un centro de forma de vida holística.

**SEGUNDA PREGUNTA.** - ¿Conoce usted los servicios que brinda un centro holístico?

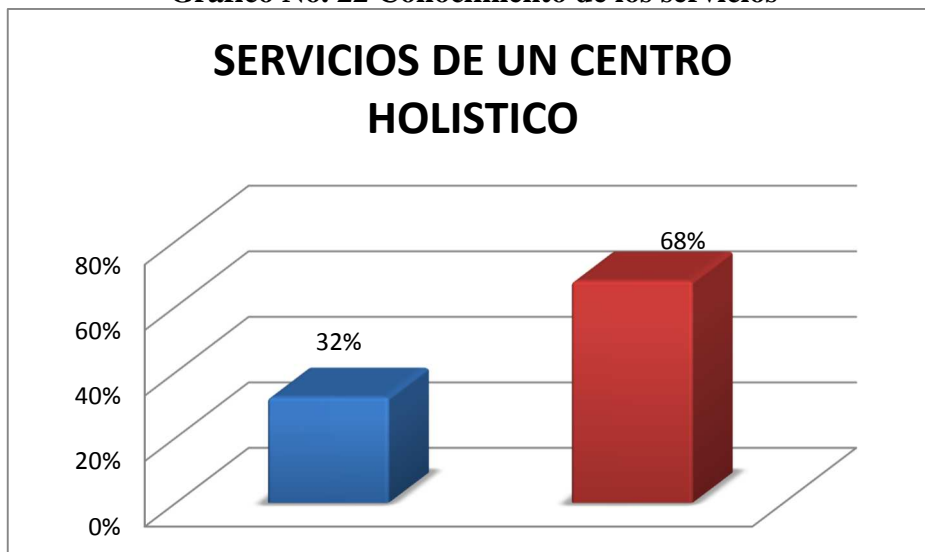
**Tabla No. 10 Conocimiento de los servicios**

PARÁMETRO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	124	32%
NO	260	68%
<b>TOTAL</b>	<b>384</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Investigación Directa

**Elaborado por:** Liliana Balcázar, Diana Cárdenas

**Grafico No. 22 Conocimiento de los servicios**



**Fuente:** Investigación Directa

**Elaborado por:** Liliana Balcázar, Diana Cárdenas

De la misma forma que en la pregunta anterior las personas conocen de los servicios de un centro común pero la mayoría desconoce sobre los mismos de un centro holístico.

**TERCERA PREGUNTA.** - ¿Estaría de acuerdo con la creación de un centro holístico que ofrece alternativas diferentes a las que ya conoce?

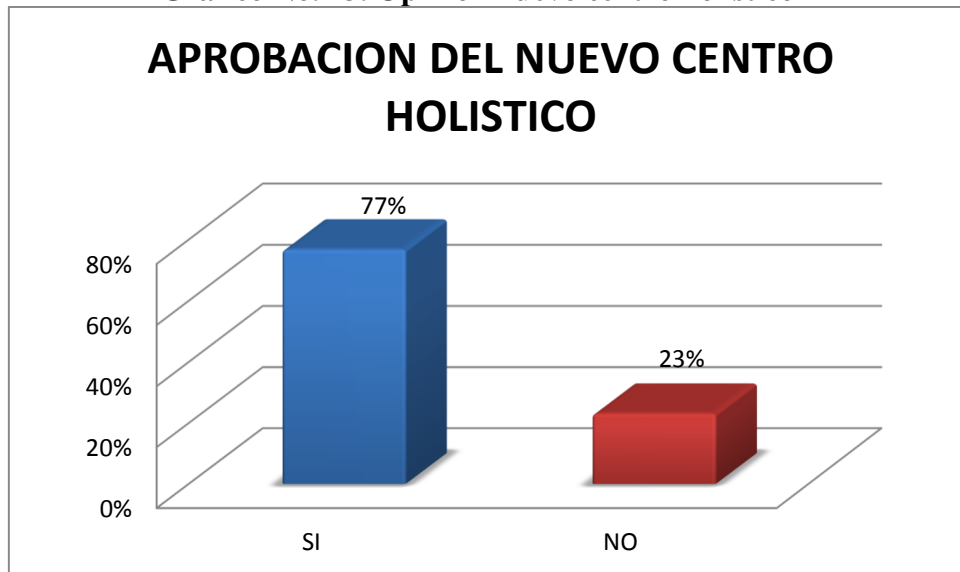
**Tabla No. 11. Opinión nuevo centro holístico**

PARÁMETRO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	295	77%
No	89	23%
<b>TOTAL</b>	<b>384</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Investigación Directa

**Elaborado por:** Liliana Balcázar, Diana Cárdenas

**Grafico No. 23. Opinión nuevo centro holístico**



**Fuente:** Investigación Directa

**Elaborado por:** Liliana Balcázar, Diana Cárdenas

El 77% de las personas entrevistadas está de acuerdo con la creación de un centro holístico que ofrezca alternativas diferentes a las ya existentes en el mercado local, esto hace que las estrategias a utilizarse en la comercialización del servicio permitan a los nuevos clientes conocer de este punto.

**CUARTA PREGUNTA.** - ¿Cuáles son los servicios de su preferencia en un Centro Holístico?

(por favor señale las alternativas que sean de su preferencia)

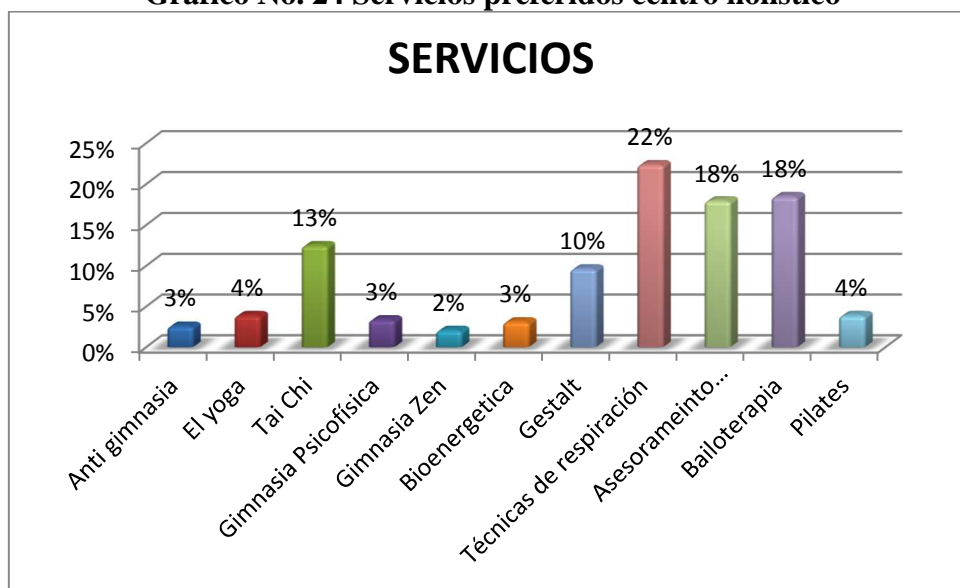
**Tabla No. 12 Servicios preferidos centro holístico**

PARÁMETRO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Anti gimnasia	10	3%
El yoga	15	4%
Tai Chi	48	13%
Gimnasia Psicofísica	13	3%
Gimnasia Zen	8	2%
Bioenergética	12	3%
Gestalt	37	10%
Técnicas de respiración	86	22%
Asesoramiento nutricional	69	18%
Bailoterapia	71	18%
Pilates	15	4%
<b>TOTAL</b>	<b>384</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Investigación Directa

**Elaborado por:** Liliana Balcázar, Diana Cárdenas

**Grafico No. 24 Servicios preferidos centro holístico**



**Fuente:** Investigación Directa

**Elaborado por:** Liliana Balcázar, Diana Cárdenas

Una vez que se presenta las alternativas de servicios a las personas entrevistadas, las mismas han hecho conciencia de los servicios de un centro holístico y se han pronunciado por los siguientes servicios:

Técnicas de respiración 22%; Asesoramiento nutricional 18%; Bailoterapia 18%; Tai Chi 13%; Yoga 4%; Pilates 4%,

**QUINTA PREGUNTA.** - ¿Cuántos días le gustaría pasar en el centro holístico para tomar alguna de las terapias alternativas arriba señaladas?

**Tabla No. 13 Frecuencia de uso centro holístico**

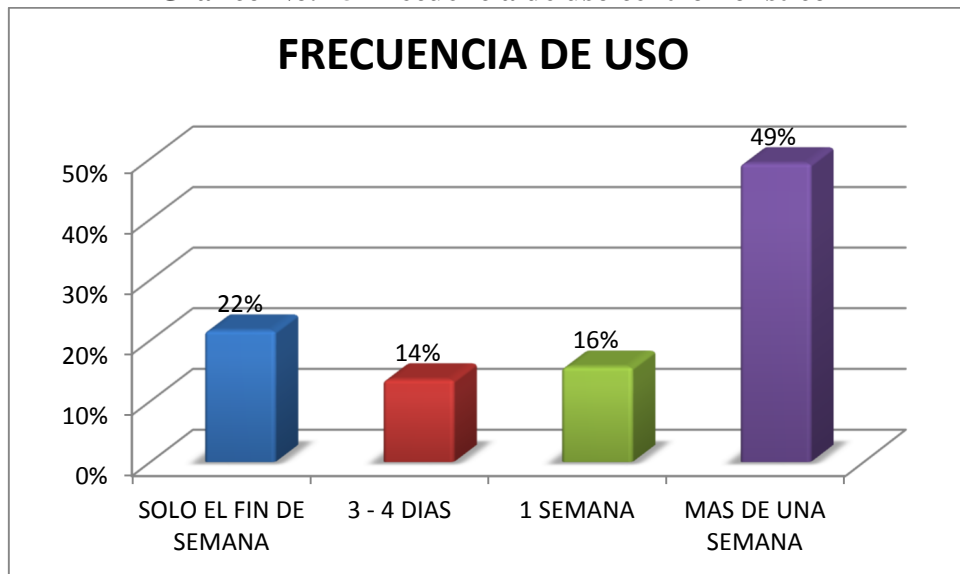
PARÁMETRO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Solo el fin de semana	83	22%
3 - 4 días	52	14%
1 semana	60	16%
Más de una semana	189	49%
<b>TOTAL</b>	<b>384</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Investigación Directa

**Elaborado por:** Liliana Balcázar, Diana Cárdenas



**Grafico No. 25 Frecuencia de uso centro holístico**



**Fuente:** Investigación Directa

**Elaborado por:** Liliana Balcázar, Diana Cárdenas

Las personas que han escogido como alternativa tomar algunas de las opciones del Centro holístico más de una semana son aquellas que desean utilizar los servicios por un mes o más y corresponde al 49%. A continuación, están aquellas personas que solo desean utilizar los servicios el fin de semana.

**SEXTA PREGUNTA.** - ¿Qué precio estaría dispuesto a pagar por un servicio en el Centro Holístico?

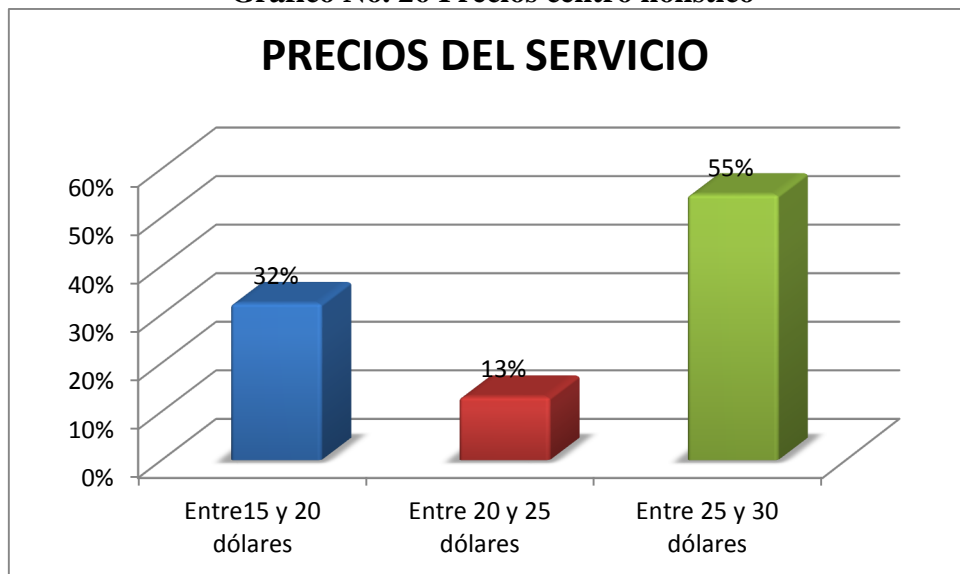
**Tabla No. 14 Precios centro holístico**

PARÁMETRO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Entre 25 y 30 dólares	124	32%
Entre 35 y 40 dólares	50	13%
Entre 45 y 60 dólares	210	55%
<b>TOTAL</b>	<b>384</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Investigación Directa

**Elaborado por:** Liliana Balcázar, Diana Cárdenas

**Grafico No. 26 Precios centro holístico**



**Fuente:** Investigación Directa

**Elaborado por:** Liliana Balcázar, Diana Cárdenas

Los precios sugeridos para los servicios del centro holístico están en el rango de 40 a 60 dólares, 68%.

**SÉPTIMA PREGUNTA.** - ¿Porque medios de comunicación le gustaría conocer los servicios que ofrece el Centro holístico?

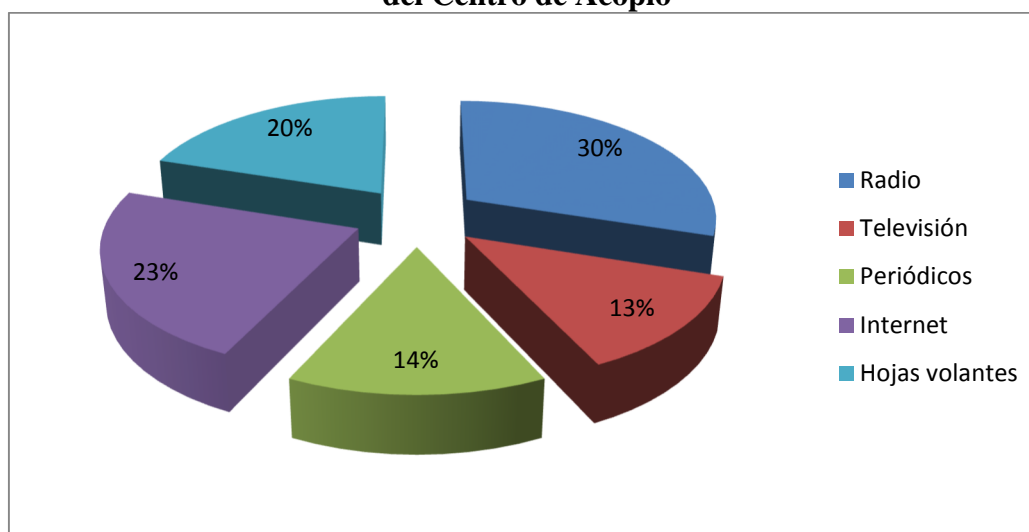
**Tabla No. 15** Medios de comunicación que le gustaría que se promocioe la publicidad del Centro holístico

PARÁMETRO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Radio	116	30%
Televisión	51	13%
Periódicos	53	14%
Internet	89	23%
Hojas volantes	75	20%
<b>TOTAL</b>	<b>384</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Investigación Directa

**Elaborado por:** Liliana Balcázar, Diana Cárdenas

**Grafico No. 27 Medios de comunicación que le gustaría que se promocioe la publicidad del Centro de Acopio**



**Fuente:** Investigación Directa

**Elaborado por:** Liliana Balcázar, Diana Cárdenas

Como se puede apreciar, el 30% de las personas encuestadas manifestaron que les gustaría que la publicidad que se realice del Centro Holístico sea a través de la radio; un 23% opinó que sea mediante la internet; un 20% manifestó que sea mediante hojas volantes; un 14% mediante periódicos que circulen en la ciudad, un 13% que sea a través de la televisión

**OCTAVA PREGUNTA.** - ¿Qué radio escucha usted con más frecuencia?

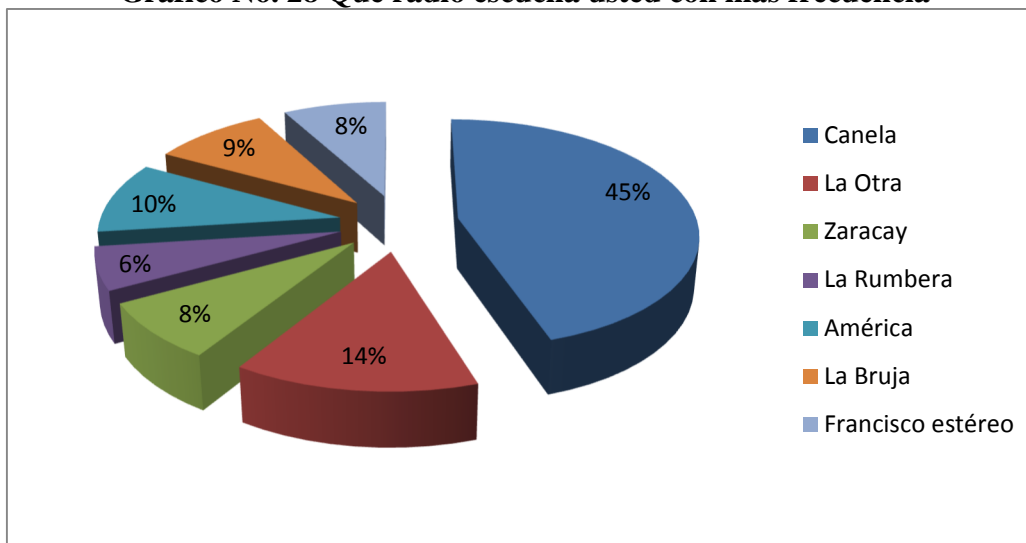
**Tabla No. 16 Qué radio escucha usted con más frecuencia**

PARÁMETRO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Canela	52	45%
La Otra	17	14%
Zaracay	9	8%
La Rumbera	7	6%
América	12	10%
La Bruja	10	9%
Francisco estéreo	9	8%
<b>TOTAL</b>	<b>116</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Investigación Directa

**Elaborado por:** Liliana Balcázar, Diana Cárdenas

**Grafico No. 28 Qué radio escucha usted con más frecuencia**



**Fuente:** Investigación Directa

**Elaborado por:** Liliana Balcázar, Diana Cárdenas

En relación a esta pregunta el 45% de las personas encuestadas manifestaron que la radio que más escuchan es canela; seguido por La Otra con un 14%; radio América con un 10%, radio La Bruja con un 9%, radio Zaracay con un 8%, Francisco estéreo con un 8%, y radio La Rumbera con un 6%.

**NOVENA PREGUNTA.** - ¿Visita con frecuencia la web en busca de servicios?

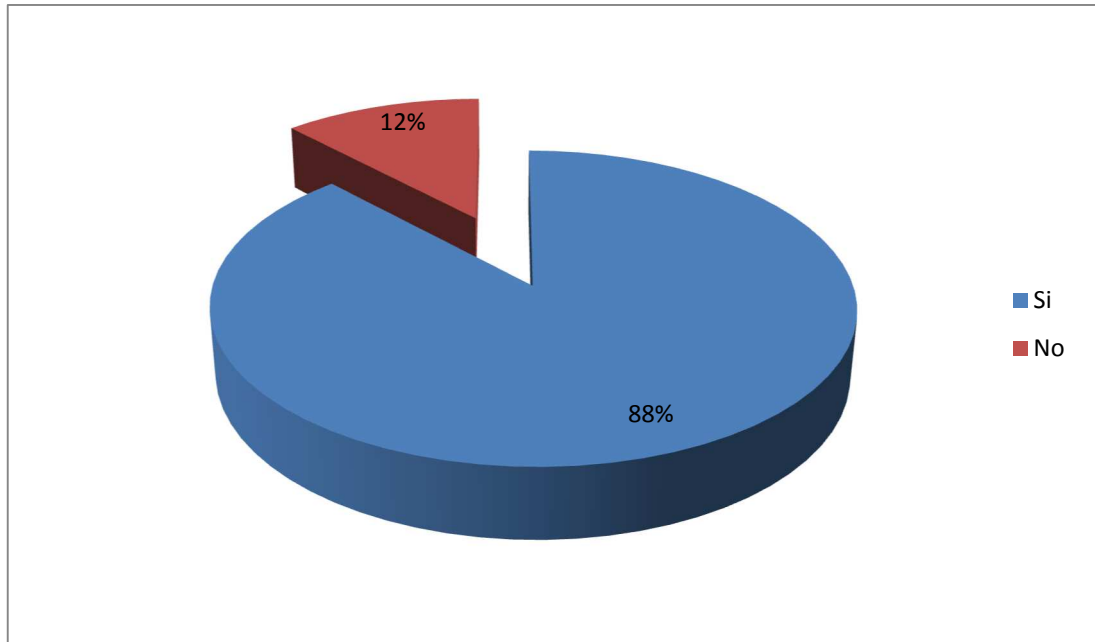
**Tabla No. 17 Visita con frecuencia la web en busca de servicios**

PARÁMETRO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	78	88%
No	11	12%
<b>TOTAL</b>	<b>89</b>	<b>100.00</b>

**Fuente:** Investigación Directa

**Elaborado por:** Liliana Balcázar, Diana Cárdenas

**Grafico No. 29 Visita con frecuencia la web en busca de servicios**



**Fuente:** Investigación Directa

**Elaborado por:** Liliana Balcázar, Diana Cárdenas

En relación a esta pregunta el 88% de las personas encuestadas manifestaron que si visitan con mucha frecuencia la web para realizar compras.

### **3.7 Conclusiones de la investigación de campo**

De acuerdo a la información que se pudo recopilar, mediante la aplicación de la encuesta, se pudo determinar aspectos relevantes como; la economía de las mujeres encuestadas que son las potenciales clientes, no es muy elevada, razón por la cual es sorprendente que el 55% de ellas indique que estaría dispuesta a cancelar un valor entre 40 y 60 dólares por los servicios, razón por la cual se podría pensar que estas personas cuentan con el apoyo de otro ingreso económico adicional dentro de su hogar o familia.

La información recopilada muestra que en la ciudad de Quito existe demanda insatisfecha, por lo que se podría establecer que el proyecto socialmente es viable.

## **CAPÍTULO IV. PROPUESTA**

### **4.1 Estudio del mercado**

De acuerdo con Besil (2003), El estudio de mercado “es la función que vincula a consumidores, clientes y público con el experto en mercado, a través de la información, la cual se utiliza para identificar y definir las oportunidades y problemas de mercado; para generar, refinar y evaluar las medidas de mercadeo y para mejorar la comprensión del proceso del mismo” (41).

El estudio de mercado permite estudiar algunas variables sociales y económicas, que condicionan el proyecto, entre ellas se puede indicar la tasa de crecimiento de la población, los niveles de ingresos, el precio de los bienes competitivos y complementarios, la oferta, la demanda, la demanda insatisfecha, entre otros. En sí consiste en la recopilación y análisis de antecedentes que permite determinar la conveniencia y no de ofrecer un bien o servicio para atender una necesidad.

El estudio de mercado permitirá tener una idea clara de los consumidores que habrán de adquirir los servicios del Centro Holístico ubicado en la ciudad de Quito, durante un periodo de mediano plazo y a qué precio están dispuestos a obtenerlo. Además, el estudio de mercado va a indicar si las características del servicio del Centro Holístico, son aquellas que cubren las expectativas de los futuros clientes. De su estudio se podrá concluir el tipo de clientes que está interesado en los servicios de un Centro Holístico, del precio con el cual se puede competir en este segmento de mercado y cuál es la mejor forma de cristalizar las expectativas de los futuros clientes.

Es importante, tomar en cuenta que este estudio se hace como paso inicial de un propósito de inversión; por lo tanto, ayuda a conocer el tamaño óptimo del negocio por instalar, con las previsiones correspondientes para las ampliaciones posteriores, consecuentes del crecimiento esperado de la empresa.

Por último, el estudio de mercado deberá exponer los canales de distribución acostumbrados para el tipo de servicio de un centro holístico y cuál es su funcionamiento.

#### 4.1.1 Segmentación del mercado

Se conoce como segmentación del mercado a la “identificación de grupos de consumidores que suelen reaccionar de manera semejante cuando se les ofrece una combinación particular de nuestras ofertas”. (Longenecker 47)

Las variables que se usan para realizar la segmentación de mercados son:

- Variables Geográficas: Regiones de un país o del mundo, tamaño del mercado, densidad del mercado o clima.
- Variables Demográficas: Se refiere a características de la población, como son, edad, sexo, ingresos, origen étnico y ciclo de vida familiar.
- Variables Psicográficas: Personalidad, motivos, estilo de vida y geodemografía.
- Variables Conductuales: Beneficios deseados, tasa de uso.

**Tabla No. 18 Segmento de mercado**

SEGMENTACIÓN DE MERCADO				
MERCADO DE CONSUMO				
MUJERES DE LA CIUDAD DE QUITO	FACTOR DE SEGMENTACIÓN			
	GEOGRÁFICA	DEMOGRÁFICA	PSICOGRÁFICA	CONDUCTUAL
	Ecuador	Edad 25 y 70 años	Clase media-media y media-alta	Gustan de servicios novedosos
	Quito		Calidad de vida media y alta.	Prefieren servicios de calidad
Zona urbana	Sexo femenino	Exigente	Pagan precios en proporción a la calidad percibida.	

**Fuente:** Investigación realizada.

**Elaborado por:** Liliana Balcázar, Diana Cárdenas

De esta forma el segmento de mercado al cual se va a orientar el servicio será a la Población Total urbana femenina económicamente activa entre los 25 y 70 años del Distrito Metropolitano de Quito.

Es decir, estará enfocado a un segmento de mercado que esté en condiciones de asistir a un Centro holístico, y que considere el valor de la salud y la imagen importante.

#### **4.1.2 Análisis de la demanda**

Se conoce como demanda a una de las dos fuerzas que está presente en el mercado, “representa la cantidad de productos o servicios que el público objetivo quiere y puede adquirir para satisfacer sus necesidades o deseos”. (Koontz)

##### **4.1.2.1 Factores que afectan a la demanda.**

###### **- Tamaño y Crecimiento de la Población**

En base al último censo del 2010 elaborado por el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos INEC y a la tasa de crecimiento poblacional para la ciudad de Quito es de 2.18%; se estima que el tamaño de la población de la zona urbana del Distrito Metropolitano de Quito actualmente es de 2'239.191 habitantes de los cuales 211.438 habitantes representan a la Población Total Urbana, de género femenino económicamente activa en edad comprendida entre 25 y 70 años. (INEC)

###### **- Hábitos de Consumo.**

Según la investigación de campo realizada, en lo referente a los hábitos de consumo de la población femenina urbana en edad comprendida entre los 25 y 70 años que gustan de asistir a un Centro holístico, arrojó los siguientes resultados:

El 77% de la Población está de acuerdo con la creación de un Centro de Desarrollo Holístico que es un resultado alentador; es decir la aceptación y en teoría del mercado que desean asistir es positivo. Además, se demostró que el 49% de los entrevistados desean utilizar los servicios por un mes o más y el 22% prefiere asistir a un Centro los fines de semana y al término de sus días laborables como una opción para relajarse.



- **Gustos y Preferencias.**

La investigación realizada arrojó como resultado que las personas que están dispuestas a asistir a un Centro Holístico representan el 77%. Por otra parte cabe mencionar que la mayoría de los clientes prefieren la parte espiritual, seguida de la bailoterapia (18%) y los tratamientos nutricionales (18%); ya que son los servicios más requeridos por las personas que están expuestas a altas tensiones y estrés durante sus labores.

- **Niveles de Ingreso**

El proyecto estará destinado a aquellas personas cuyos ingresos se encuentren en el cuarto y quinto quintil, es decir, entre los \$800 y \$1500 y cuya capacidad de pago se encuentra entre los \$40 y \$60, por los servicios que ofrece el Centro holístico, los mismos que representan el 34% de las personas entrevistadas y que gustan de asistir al Centro.

- **Necesidades de los clientes**

Uno de los puntos importantes para la empresa es conocer las necesidades de los clientes, para lo cual necesita identificar el segmento de mercado al cual se va a brindar el servicio de un centro holístico en la ciudad de Quito.

Las empresas del mundo actual se han empeñado en entender de la manera más adecuada los requerimientos, necesidades e inquietudes de los clientes, en base a esto se podrá generar un servicio de centro holístico de éxito y que garantizará su permanencia en el mercado por un tiempo razonable.

Las necesidades de los clientes son diversas y es importante que la empresa entienda que, si desea mejorar o crear valor, los usuarios evaluarán el desempeño de los servicios del Centro holístico a través de sus características.

El Centro holístico gozará de instalaciones cómodas, confortables, con todos los requerimientos necesarios para brindar el servicio siguiendo las normas internacionales de

calidad, de tal forma que las personas que asistan a las sesiones de su preferencia, gocen de una estadía que satisfagan sus expectativas.

Las sesiones serán individuales y efectuadas por profesionales en cada una de las ramas que se soliciten. Los servicios grupales se llevarán a efecto en salas con iluminación de acuerdo a la necesidad, aireación suficiente. Con los servicios complementarios necesarios de primer orden.

Los clientes de la empresa a crearse serán de preferencia mujeres mayores de 40 años, de clase media y media alta que necesitan de un sitio especializado para cumplir con las actividades holísticas que les permita disfrutar de este tipo de actividades.

En conclusión, siempre será importante conocer las necesidades de los clientes, pero es más importante aún, identificar adecuadamente primero a quienes nosotros queremos que sean nuestros clientes.

#### - **Necesidad geográfica del mercado de consumo**

Las actividades diarias que actualmente se realizan sobre todo en las grandes ciudades han ocasionado que sus habitantes sufran muy a menudo la enfermedad del estrés, esto ha ocasionado que la mayoría busque lugares en los cuales puedan disfrutar de momentos de relax y paz. La ciudad de Quito no podía quedar al margen de esta tendencia, debido a lo cual se ha propuesto esta alternativa para las personas que gusten de este tipo de actividades.

#### **4.1.2.2 Comportamiento histórico de la demanda**

El mercado de los centros holísticos ha ido creciendo paulatinamente en la ciudad de Quito, al igual que en todo el país. Todo esto motivado por crecimiento del síntoma del stress de la población y el vértigo de la vida actual. Las personas buscan la mejor forma de obtener una buena salud y la base de este logro en el descanso y el relajamiento que se puede tener luego de las horas de trabajo.

Los centros holísticos se convierten en una nueva oferta de mejorar la salud tanto mental como física de las personas que utilizan estos servicios, pero aún no tienen bien definido las diferencias entre este tipo de centro y los tradicionales.

La palabra holístico aún se confunde con lo esotérico y más aún con la cultura oriental, eso se convierte en un determinado momento en una buena forma de llegar las personas pues se cree que las técnicas de meditación, aromaterapia, yoga son un buen camino para llegar a conseguir una vida sana.

**Tabla No. 19 Demanda histórica**

<b>Año</b>	<b>Población (mujeres)</b>
2013	211.438
2014	215.730
2015	220.110

**Fuente:** INEC

**Elaborado por:** Liliana Balcázar, Diana Cárdenas

#### **4.1.2.3 Proyección de la demanda**

Para el cálculo de la demanda actual y en base a los datos de la tabla No. 2, se ha procedido de la siguiente manera:

Tamaño de la población objetivo: 211.438 personas.

En las encuestas se ha determinado que el 77% estaría dispuesta a concurrir a las instalaciones:  $211.438 \times 0.77 = 162.807$  personas.

También del resultado de las encuestas el 51% de las personas tienen ingresos superiores a los 500 dólares que son las que podrían acceder al servicio:  $162.807 \times 0.51 = 83.032$  personas.

Para realizar la proyección de la demanda se tomará en índice de crecimiento de la población de la ciudad de Quito que de acuerdo a los datos del INEC es de: 2.18% (INEC)

**Tabla No. 20 Proyección de la demanda**

<b>Año</b>	<b>Población (mujeres)</b>	<b>Demanda dispuestas a concurrir al centro (77%)</b>	<b>Demanda ingresos mayores a USD 500 (51%)</b>
2013	211.438		
2014	216.047		
2015	220.757		
2016	225.570	173.689	88.581
2017	230.487	177.475	90.512
2018	235.512	181.344	92.485
2019	240.646	185.297	94.502
2020	245.892	189.337	96.562

**Elaborado por:** Liliana Balcázar, Diana Cárdenas

Al realizar el análisis de la demanda, se determina que se mantiene un crecimiento permanente, comportamiento por el cual se considera que la creación del centro holístico denota posibilidades adecuadas para su establecimiento.

#### **4.1.3 Análisis de la oferta**

“La oferta es una relación que muestra las distintas cantidades de una mercadería que los vendedores estarían dispuestos y serían capaces de poner a la venta a precios alternativos durante un periodo dado de tiempo, suponiendo que todas las demás cosas permanecen constantes.” (Spencer 35)

A través del proceso de investigación de mercados, por lo general las organizaciones que son parte de la oferta del presente proyecto y sobre los cuales se necesita información importante, como, por ejemplo, cantidad de productos y servicios ofertados, precios, canales de distribución, medios publicitarios, planes promocionales, alternativas de pago, entre otras, factores que son relevantes y que marcan a las organizaciones que son líderes del mercado.

Por otro lado, se asume a la competencia como un mal necesario, debida a que la gran cantidad de información que se pudiera obtener de ellos, permitirá dimensionar la estructura y capacidad a instalarse con la propuesta.

La finalidad es identificar las fortalezas y debilidades de la competencia, así como la posibilidad de aprovechar las oportunidades que ofrece el mercado procurando evitar las amenazas que pudieran presentarse, de tal forma que se aproveche de mejor manera toda la información recabada de ellos con el objetivo de mejorar las estrategias de introducción al mercado.

#### 4.1.3.1 Listado de proveedores

Con el fin de determinar la oferta del mercado, el estudio se remite a la investigación cuantitativa realizada, en donde se pudo determinar la participación en el mercado de cada una de las empresas que se dedican a la distribución de servicios similares, de lo cual se obtuvo lo siguiente:

**Tabla No. 21 Nombre Centro Holístico**

<b>NOMBRE DEL CENTRO HOLÍSTICO</b>	<b>DIRECCIÓN</b>	<b>TELÉFONO</b>
Nefesh Institute	Eloy Alfaro y Alemania, Quito – Ecuador	2544577 - 093713204
Mandala Centro Holístico		0987566914
Ayurveda Medicina		039 478 166
Danvantari Centro Holístico		083174199-2036520 - 2586477
Centro Holístico CF		2442285 / 2241668 / 088169330
Shandela Centro Holístico		0992753567
Alquimia Centro Holístico	De Las Encomiendas N39- 84 (Antiguo Quito Tenis)	2924313

**Fuente:** Investigación Directa

**Elaborado por:** Liliana Balcázar, Diana Cárdenas

Además de los centros holísticos se mencionarán los centros que brindan el servicio de bailoterapia, Pilates, Yoga, entre otros.

**Tabla No. 22 Nombre Centro baile fitness (bailoterapia)**

<b>NOMBRE DEL CENTRO DE BAILE FITNESS (BAILOTERAPIA)</b>	<b>DIRECCIÓN</b>	<b>TELÉFONO</b>
Ellas fitness club	República de El Salvador N34-107 y Suiza. Ed. Brescia Quito, Ecuador	2242673 / 0995008852
American Tiger Gym	Vaca de Castro y Machala	0994370129
Health & life	Av. Real Audiencia N57-159	2404177- 0993769090
Curves	Centro Comercial El Bosque (local 205- puerta #7)	3250026

Ciclying pilates	Calle J y Alonso de Torres lote 42, frente al C.C. El Bosque	2922 105 / 2922 106
Fit Center	Alpallana E6-178 y Whimper	2508 851 / 2508 852
Energyfitness	Isla Isabela N 44-89 Y Río Coca	2253373 / 0995423640
Fitness Shop	Av. Brasil N40-38 Y Charles Darwin	6028593
Gimnasio Phisique	Av. NN.UU Y República Esq., Plaza De Las Américas, Loc.33	3318338

**Fuente:** Investigación Directa

**Elaborado por:** Liliana Balcázar, Diana Cárdenas

Es importante señalar que los centros mencionados anteriormente son considerados como competencia indirecta, pues en la ciudad de Quito no existe un centro que se enfoque en el desarrollo emocional, autoestima de la mujer, apoyo prenatal, técnicas de respiración y asesoramiento nutricional

**Tabla No. 23 Participación en el mercado**

NOMBRE DEL CENTRO	PERSON AS 2010	PERSON AS 2011	PERSON AS 2012	PERSON AS 2013	PERSON AS 2014
Nefesh Institute	120	130	105	145	156
Mandala Centro Holístico	245	239	361	286	201
Ayurveda Medicina	116	95	138	147	184
Danvantari Centro Holístico	203	247	350	291	450
Centro Holístico CF	164	209	294	188	409
Shandela Centro Holístico	263	362	496	521	602
Ellas fitness club	541	602	673	635	748
American Tiger Gym	271	268	339	382	415
Health & life	122	135	148	164	191
Curves	203	225	237	264	301
Ciclying pilates	194	226	249	305	337
Fit Center	234	257	273	292	337
Energy Fitness	320	335	351	394	427
Fitness Shop	293	328	346	367	394
Gimnasio Phisique	187	201	245	285	311
<b>TOTAL</b>	<b>3476</b>	<b>3859</b>	<b>4605</b>	<b>4666</b>	<b>5463</b>

**Fuente:** Investigación Directa

**Elaborado por:** Liliana Balcázar, Diana Cárdenas

Cabe mencionar que los datos recolectados son aquellos que proporcionaron los dueños o administradores de los mismos, pero en forma general.

#### **4.1.3.2 *Características de los principales productores***

La holística es una disciplina que parte de la creencia de que el todo es mayor que la suma de las partes, es decir que se debe contemplar el todo y no cada una de las partes por separado. No se trata de una suma de partes, sino que las partes para formar el todo tienen una interdependencia entre sí. Por ello, la holística considera al cuerpo como un sistema, como una entidad completa, en la que también, se contempla cuerpo, mente y espíritu.

Siguiendo este concepto, los centros holísticos contemplan entre sus actividades y beneficios otras cosas que otros tipos de centro pueden no tener en cuenta. La idea de que hay detrás de este tipo de centros, es conseguir que el huésped pueda sentir un bienestar no solo físico sino también espiritual.

El centro holístico atiende el cuerpo, alma y espíritu por igual, para lograr que la persona pueda sentirse bien en todos los aspectos que le rodean. Para ello, utilizando todo tipo de técnicas.

Los centros holísticos también suelen incluir actividades de origen oriental que ayudan a la relajación y a conectarse y relajar el cuerpo, alma y espíritu. Algunos centros holísticos también contemplan otro tipo de actividades que son buenas y dan bienestar al cuerpo, que varían según las necesidades de cada paciente. Es decir, algunos centros holísticos contemplan también planes o programas específicos para personas con obesidad que reciben además la orientación de un nutricionista. Otras personas acuden para recibir tratamientos para dolencias específicas como celulitis, varices, entre otros. Todos estos tratamientos también suelen complementarse como otras actividades como caminatas, gimnasia o natación, que también ayudan a incrementar el bienestar y que también pueden ayudar a conectar cuerpo y alma.

#### **4.1.3.3 *Oferta histórica***

A través de la investigación realizada directamente, se ha obtenido información respecto a los principales centros que brindan los diferentes servicios y por ende el número de personas

que asisten, en forma detallada del año 2008 hasta el 2012, la cual se puede observar en la siguiente tabla:

#### 4.1.3.4 Proyección de la oferta

En base a los datos históricos obtenidos de la tabla 6 y usando la fórmula de proyección lineal se podrá proyectar la oferta, en la ciudad de Quito lo que servirá más adelante para determinar la demanda insatisfecha para el presente proyecto.

**Fórmula:**

$$b = \frac{n\sum xy - (\sum x)(\sum y)}{n\sum x^2 - (\sum x)^2}$$

$$a = \bar{y} - b\bar{x}$$

**Tabla No. 24 Cálculo de valores de la ecuación de la recta de regresión para proyectar la oferta**

AÑO	OFERTA HISTÓRICA (Y)	X	X.Y	X <sup>2</sup>	Y <sup>2</sup>	Nº
2010	3.476	-2	-6952	4	12.082.576	1
2011	3.859	-1	-3.859	1	14.891.881	2
2012	4.605	0	0	0	21.206.025	3
2013	4.666	1	4.666	1	21.771.556	4
2014	5.463	2	10.926	4	29.844.369	5
<b>Total</b>	<b>22.069</b>	<b>0</b>	<b>4.781</b>	<b>10</b>		

**Fuente:** Tabla No.

**Elaborado por:** Liliana Balcázar, Diana Cárdenas

Al remplazar los términos se obtiene los resultados de la ecuación para los años del 1 al 5 que se representa en la tabla No.22

$$b = \frac{5(4.781) - (0)(22.069)}{5(10) - (0)^2} = 478,10$$



$$a = \frac{22.069}{5} - 478,10 \left( \frac{0}{5} \right) = 4.414$$

**Tabla No. 25 Oferta proyectada**

<b>Y =</b>	<b>a</b>	<b>+</b>	<b>b</b>	<b>*</b>	<b>(x)</b>	<b>b(x)</b>	<b>Total = a+b(x)</b>
Y2 015=	4.414	+	478	*	3	1.434	5.848
Y2 016=	4.414	+	478	*	4	1.912	6.326
Y2 017=	4.414	+	478	*	5	2.390	6.804
Y2 018=	4.414	+	478	*	6	2.868	7.282
Y2 019=	4.414	+	478	*	7	3.346	7.760

**Fuente:** Investigación realizada

**Elaborado por:** Liliana Balcázar, Diana Cárdenas

#### 4.1.4 Demanda Insatisfecha

Es en la que lo producido u ofrecido no alcanza a cubrir los requerimientos del mercado; en la oferta de servicios de capacitación en la provincia de Imbabura no se cuenta con una empresa que cubra todos los servicios.

**Tabla No. 26 Demanda insatisfecha**

<b>AÑOS</b>	<b>DEMANDA</b>	<b>OFERTA</b>	<b>DEMANDA INSATISFECHA (Personas al año)</b>
2015	88.581	5.848	82.733
2016	90.512	6.326	84.186
2017	92.485	6.804	85.681
2018	94.502	7.282	87.220
2019	96.562	7.760	88.802

**Elaborado por:** Liliana Balcázar, Diana Cárdenas

Para el primer año se estima una demanda insatisfecha de 82.733 personas y para el quinto año del proyecto el mercado mantiene un promedio de 88.802 personas que desean acudir a un centro holístico.

Para la ejecución del proyecto se estima cubrir el mercado con el 4% de la demanda insatisfecha actual, este porcentaje ha sido tomado como referencia de la información obtenida

de los centros que brindan servicios similares, cuya distribución se presenta en la tabla siguiente:

**Tabla No. 27. Captación de la demanda insatisfecha**

<b>AÑOS</b>	<b>DEMANDA</b>	<b>OFERTA</b>	<b>DEMANDA INSATISFECHA (Personas al año)</b>	<b>CAPTACIÓN DE LA DEMANDA 4%</b>
2015	88.581	5.848	82.733	3.309
2016	90.512	6.326	84.186	3.367
2017	92.485	6.804	85.681	3.427
2018	94.502	7.282	87.220	3.489
2019	96.562	7.760	88.802	3.552

**Elaborado por:** Liliana Balcázar, Diana Cárdenas

#### **4.1.5 Conclusiones generales del estudio de mercado**

- Existe un mercado insatisfecho en la ciudad de Quito en lo referente a los servicios de un centro holístico.
- La demanda de los servicios de un centro holístico tiene un crecimiento sostenido a través del tiempo.
- La mayoría de las personas aún no tienen una idea muy clara de los beneficios que les puede prestar la utilización de los servicios ofertados.
- Es importante realizar un programa de capacitación hacia las personas para que tengan una idea clara de los servicios que oferta un centro de desarrollo holístico y los beneficios a recibir.
- Las instalaciones deben ser el primer atractivo para los futuros clientes

#### **4.1.6 Marketing Mix**

El Marketing, es una herramienta que permite planificar, desarrollar y distribuir bienes o servicios, para ello su análisis se centra en la identificación de las exigencias del mercado o

consumidor final, a fin de proveer de atributos y características únicas y especiales en los productos o servicios, que los diferencien frente a los de la competencia.

La estructuración de un plan de marketing, se convierte en un medio de sustentación importante para la propuesta, puesto que la utilización adecuada de cada uno de sus elementos, puede determinar el grado de consecución de los objetivos propuestos, con respecto a la implantación de estrategias enfocadas a mejorar la atención al cliente y el mercado, que permita incrementar su participación dentro del segmento al cual pertenece de tal forma que se genere una mayor rentabilidad para la empresa.

Los componentes del marketing mix son: “producto, precio, distribución (o plaza) y comunicación (o promoción o impulsión)” (Soriano 9), los mismos que serán analizados de manera particular a fin de establecer la mejor estructuración que se ajuste a los requerimientos de la empresa.

#### **4.1.6.1 Definición del Servicio**

El proyecto es crear un Centro Holístico, enfocado al desarrollo integral de la mujer, aportando con nuestro trabajo diario al bienestar integral de quienes somos una pieza fundamental para el desarrollo de la sociedad.

Es un proyecto innovador ya que no existe en el mercado una empresa que preste un servicio integral donde la mujer tenga de oportunidad de desarrollarse en un espacio sano con dinámicas diferentes.

El ejercicio físico brinda energía y vitalidad, el trabajo emocional brinda salud y positivismo y lo espiritual brinda trascendencia y paz.

El corazón del trabajo es la dinámica del baile con diferentes estilos de música que apoyan a cada etapa usando la bailoterapia como base de las técnicas corporales, sumándose así las técnicas de respiración, Asesoramiento nutricional, Tai Chi, Yoga y Pilates

**4.1.6.2 Análisis de precios**

Los precios que se han recopilado en la investigación directa son los siguientes:

**Tabla No. 28 Precio promedio de los servicios en los Centros**

<b>NOMBRE DEL CENTRO</b>	<b>Precio promedio USD 2010</b>	<b>Precio promedio USD 2011</b>	<b>Precio promedio USD 2012</b>	<b>Precio promedio USD 2013</b>	<b>Precio promedio USD 2014</b>
Nefesh Institute	30,00	33,00	36,00	39,00	42,00
Mandala Centro Holístico	30,00	33,00	36,00	39,00	42,00
Ayurveda Medicina	26,00	29,00	32,00	35,00	38,00
Danvantari Centro Holístico	31,00	34,00	37,00	40,00	43,00
Centro Holístico CF	30,00	33,00	36,00	39,00	42,00
Shandela Centro Holístico	25,00	28,00	31,00	34,00	37,00
Ellas fitness club	29,00	32,00	35,00	38,00	41,00
American Tiger Gym	23,00	26,00	29,00	32,00	35,00
Health & life	30,00	33,00	36,00	39,00	42,00
Fit Center	35,00	38,00	41,00	44,00	47,00
Energy Fitness	36,00	39,00	42,00	45,00	48,00
Fitness Shop	32,00	35,00	38,00	41,00	44,00
Gimnasio Phisique	33,00	36,00	39,00	42,00	45,00
<b>PROMEDIO</b>	<b>26,00</b>	<b>28,60</b>	<b>31,20</b>	<b>33,80</b>	<b>36,40</b>

**Fuente:** Investigación Directa

**Elaborado por:** Liliana Balcázar, Diana Cárdenas

- **Determinación del precio promedio**

De acuerdo a la información obtenida y según los resultados de la tabla anterior el precio promedio de los servicios de los diferentes centros holísticos y gimnasios ubicados en el norte de la ciudad de Quito es de USD 33,33.

- **Análisis histórico y proyección de precios**

**Tabla No. 29 Determinación precio promedio de los servicios**

<b>AÑO</b>	<b>Precio promedio USD</b>
2010	26,00
2011	28,60
2012	31,20
2013	33,80
2014	36,40
<b>PROMEDIO</b>	<b>31,20</b>

**Fuente:** Investigación Directa

**Elaborado por:** Liliana Balcázar, Diana Cárdenas

Como se puede apreciar en la tabla anterior el precio promedio de los servicios de los Centro holísticos y gimnasios desde el año 2008 hasta el año 2012 es de 26,40 dólares.

Para la proyección del precio se tomó en consideración el sector servicios del año 2012 el cual se encuentra 12.7% sobre su tendencia de crecimiento.

**Tabla No. 30 Determinación precio promedio de los servicios**

<b>AÑO</b>	<b>Precio USD</b>
2015	35,16
2016	39,63
2017	44,66
2018	50,33
2019	56,72

**Fuente:** Investigación Directa

**Elaborado por:** Liliana Balcázar, Diana Cárdenas

**4.1.6.3 Plaza**

El lugar de las instalaciones tendrá fácil accesibilidad de tal forma que los clientes, proveedores y personas que realizasen transacciones con la empresa tengan un acceso fácil.

### - Canales de comercialización

Según Kotler todo vendedor debe buscar cómo hacer accesibles sus bienes en el mercado objetivo. Es decir, no es más que las actividades de la empresa que pone en el producto a disposición de los consumidores meta. (Kotler 46) ()

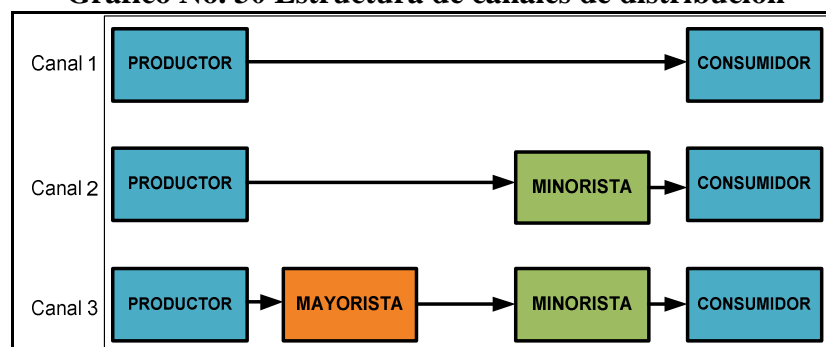
De acuerdo con el autor Gabriel Baca Urbina () “Un canal de distribución es la ruta que toma un producto para pasar del productor a los consumidores finales”. (41)

### - Descripción de los canales de distribución

Existen varios niveles de canales de distribución que dependen esencialmente del número de intermediarios existentes entre el productor y el consumidor. Se tiene básicamente tres posibilidades:

- Canal de nivel uno: es conocido como canal directo ya que el fabricante vende directamente sus productos o servicios al consumidor.
- Canal de nivel dos: en este nivel existe un intermediario que puede ser un distribuidor minorista o en el caso de la actividad comercial, pueden ser los sub distribuidores.
- Canal de nivel tres: Este tipo de canal de distribución contiene dos niveles de intermediarios: 1) los mayoristas (intermediarios que realizan habitualmente actividades de venta al por mayor, de bienes y/o servicios, a otras empresas como los detallistas que los adquieren para revenderlos) y 2) los detallistas (intermediarios cuya actividad consiste en la venta de bienes y/o servicios al detalle al consumidor final).

**Grafico No. 30 Estructura de canales de distribución**



**Fuente:** Baca Urbina Gabriel. Evaluación de Proyectos.

**Elaborado por:** Liliana Balcázar, Diana Cárdenas

El canal de distribución que utilizará la empresa para comercializar los servicios será el canal directo, mediante el cual el Centro holístico Baileactivo comercializará sus servicios directamente con el cliente sin utilizar intermediario alguno

- **Ventajas del canal previsto**

Al realizar la empresa la comercialización del servicio ella realiza sus ventas: por correo, por Internet, por vía telefónica, a través de un punto de venta propio.

Algunas de las ventajas que la empresa obtiene al utilizar este canal son:

- Mayor control sobre la comercialización.
- Acceso a información directa del mercado.
- Mayor efectividad de sus inversiones en promoción.
- Mayor capacidad de reacción en el mercado.

Dentro de los requisitos que debería cumplir la empresa para poder aplicar este tipo de distribución están:

- Capacidad financiera para poder invertir en el stock de materias primas, materiales y personal que requiera el mercado hasta cumplir su ciclo de retorno a la empresa.
- Contar con una estructura comercial que pueda atender directamente a un elevado número de consumidores finales.

- **Descripción operativa de la trayectoria de comercialización.**

Al realizar el trabajo de campo se ha determinado que uno de los principales factores que influyen en la demanda de este tipo de servicio es la calidad y el precio, por lo que el servicio de centro holístico se encuentra dentro de los rangos que son accesibles para el segmento de mercado escogido.

Tomando en cuenta aspectos importantes como lo son población, ingreso y volumen, lo que desea proyectar es una empresa pequeña que mantenga una relación directa con su clientela, es

necesario analizar las grandes empresas del mercado en el que se pretende competir mediante un estudio a conciencia de oferta y precio promedio, llegando a concretar de esta forma que si es posible mejorar el precio en relación a los demás existentes.

Otra de las ventajas para la prestación del servicio es el personal especializado y comprometido con la empresa en los servicios a ofertarse en el centro holístico.

#### **4.1.6.4 Promoción y Publicidad**

La promoción o también denominada publicidad, según los autores Rivera y De Garcillán () es “la variable que integra todas las acciones de comunicación que usa la empresa para influir a sus clientes. Todas las acciones de comunicación de la empresa deben estar en función de las características del cliente objetivo.” (68)

Todas las funciones realizadas para que el mercado se entere de la existencia del producto/marca, incluidas las ventas será la gestión de los vendedores, oferta del producto o servicio por teléfono, cuñas radiales especialmente en programas de contenido médico o de salud en general, programas familiares, hojas técnicas informativas, folletos, letreros de gran tamaño.

##### **- Estrategias de Promoción y Publicidad**

Comprende todas aquellas herramientas de comunicación que permiten dar a conocer las ventajas del producto y convencen a los consumidores meta de comprarlos. Estas herramientas se inscriben dentro de las siguientes categorías:

##### **- Publicidad en medios escritos**

#### **Hojas volantes y afiches**

Se propone elaborar 10.000 hojas volantes impresas en full color, en papel couche de 150 g.



**Tabla No. 31. Promoción en medios escritos**

<b>Publicidad en medios escritos</b>			
<b>Elemento promocional</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Valor unitario</b>	<b>Valor Total</b>
Hojas volantes de 150 g.	10.000,00	0,09	900,00
<b>TOTAL AÑO</b>			<b>900,00</b>

**Elaborado por:** Liliana Balcázar, Diana Cárdenas

- **Publicidad en medios de comunicación**

**Publicidad en radio.**

Actualmente la radio es uno de los medios que es escuchado por muchas personas por lo cual constituye un canal de gran importancia para llegar a quienes escuchan con la publicidad del Centro Holístico BAILEACTIVO.

La publicidad por radio es un medio eficaz, se contratará los servicios de pautas en una de las principales emisoras de la ciudad de Quito.

**Tabla No. 32 Promoción en radio**

<b>Publicidad por radio</b>				
<b>Medio</b>	<b>Tiempo</b>		<b>Costo por día (USD)(10 anuncios)</b>	<b>Costo total</b>
	<b>Segundos</b>	<b>Meses</b>		
Radio Canela	30"	6	25,5	4.590,00
<b>TOTAL</b>				<b>4.590,00</b>

**Elaborado por:** Liliana Balcázar, Diana Cárdenas

- Un Jingle (un efecto sonoro muy corto que consiste en un solo lema).

“Si quieres gozar de buena salud y bienestar con armonía y baile ven a BAILEACTIVO”

- Animado (voz): Angélica Millán.
- Duración: 30 segundos 10 anuncios diarios.

La publicidad en radio será realizada durante seis meses calendario a manera consecutiva con el propósito de que su mantenimiento cree un proceso de retroalimentación de la presencia del Centro Holístico BAILEACTIVO en los oyentes.

- **Publicidad en internet**

**Creación de página web**

En la actualidad el internet se ha convertido en una de las herramientas más importante y desarrollas para publicitar productos y servicios, puesto que gracias a su versatilidad puede ser utilizado en diversos campos.

EL Centro Holístico BAILEACTIVO tiene previsto contratar los servicios para el diseño y creación de una página web, la misma que debe ser de fácil navegación. Debe contener toda la información del servido que presta el Centro, de igual forma debe contener una opción de consulta de precios.

**Tabla No. 33 Promoción en internet**

<b>Publicidad en internet</b>			
<b>Elemento promocional</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Valor unitario</b>	<b>Valor total</b>
Diseño página web dinámica	1	781,00	781,00
Imagen corporativa	1	450,00	450,00
Creación de aplicaciones	1	160,00	160,00
Inscripción servicio internet	1	50,00	50,00
<b>TOTAL AÑO</b>			<b>1.441,00</b>

**Fuente:** Diseño Profesional Ceinfor Net. Cnt Ep Ecuador.

**Elaborado por:** Liliana Balcázar, Diana Cárdenas

- **Publicidad en lugares públicos**

Con la finalidad de promocionar el Centro Holístico BAILEACTIVO, miembros del mismo se trasladarán una vez al mes a diferentes sitios públicos para dar demostraciones de los servicios ofrecidos por el Centro. Los principales lugares escogidos serán: Parques Ingles, Bicentenario, La Carolina y centros comerciales como: Condado Shopping, Quicentro, El Jardín, CCI, CCNU y El Bosque.

**Tabla No. 34 Publicidad en sitios públicos**

<b>Publicidad sitios públicos</b>					
<b>Items</b>	<b>Horas</b>	<b>Salidas al año</b>	<b>Total horas al año</b>	<b>Valor USD (hora)</b>	<b>Valor Total</b>
Instructor (1)	2	8	16	12,00	192,00
Instructor (2)	2	8	16	16,00	256,00
Alimentación y refrigerios		8		30,00	240,00
Traslado		8		15,00	120,00
<b>TOTAL</b>					<b>808,00</b>

#### 4.1.7 Presupuesto del plan de marketing

**Tabla No. 35 Presupuesto plan de Marketing**

<b>Presupuesto de estrategia de Marketing Mix</b>	
<b>Detalle</b>	<b>Valor anual</b>
Publicidad en medios escritos	900,00
Publicidad por radio	4.590,00
Publicidad en internet	1.441,00
Publicidad sitios públicos	808,00
<b>TOTAL</b>	<b>7.739,00</b>

**Elaborado por:** Liliana Balcázar, Diana Cárdenas

El presupuesto que se deberá tener para realizar el plan de marketing para una óptima campaña publicitaria será de \$ 900,00 dólares que servirá para cancelar la publicidad de las hojas volantes, se deberá cancelar por radio \$ 4.590,00 dólares a la emisora anteriormente mencionada, y para la creación de una página web \$ 1.441 dólares, más \$808,00 en publicidad en los diferentes sitios públicos, lo que da un total de inversión de \$ 7.739,00 dólares

#### 4.1.8 Análisis FODA del producto

##### 4.1.8.1 Oportunidades

- Existe una demanda insatisfecha en lo referente al servicio de un Centro Holístico en la ciudad de Quito.
- La nueva tendencia de las personas por lo que se denomina una vida sana
- La necesidad de combatir el stress
- Experiencia de los instructores durante muchos años

#### 4.1.8.2 Amenazas

- La competencia ya sea directa o indirecta.
- Inestabilidad en lo referente a las Políticas de los impuestos a pagar
- Inestabilidad jurídica
- Su competencia es muy estrecha y tiene menores costos

#### 4.1.8.3 Fortalezas

- Personal entrenado y con conocimientos sobre las diferentes técnicas a aplicarse.
- Instalaciones confortables y diseñadas para la satisfacción del cliente.
- Administración con los conocimientos necesarios sobre los servicios a ofertarse
- Alto poder de negociación con los proveedores
- Promociones innovadoras

#### 4.1.8.4 Debilidades

- Negocio nuevo en el mercado
- Existen varios competidores en los cuales los precios son más bajo

#### 4.1.8.5 Matriz síntesis

**Tabla No. 36 Matriz síntesis**

	<b>OPORTUNIDADES</b>	<b>AMENAZAS</b>
<b>ENTORNO EXTERNO</b>	O1.-Existe una demanda insatisfecha en lo referente al servicio de un Centro Holístico en la ciudad de Quito. O2.- La nueva tendencia de las personas por lo que se denomina una vida sana O3.-La necesidad de combatir el stress O4.-Experiencia de los instructores durante muchos años	A1.- La competencia ya sea directa o indirecta A2.-Inestabilidad en lo referente a las Políticas de los impuestos a pagar A3.- Inestabilidad Jurídica A4. Su competencia es muy estrecha y tiene menores costos
	<b>FORTALEZAS</b>	<b>DEBILIDADES</b>
<b>ENTORNO INTERNO</b>	F1.- Personal entrenado y con conocimientos sobre las diferentes técnicas a aplicarse F2.- Instalaciones confortables y diseñadas para la satisfacción del cliente F3.-Administración con los conocimientos necesarios sobre los servicios a ofertarse F4.- Promociones innovadoras	D1.- Negocio nuevo en el mercado D2.- Competencia que con el nombre de Centros holísticos brindan servicios de Centro.

**Fuente:** Investigación Directa

**Elaborado por:** Liliana Balcázar, Diana Cárdenas

4.1.8.6 *Matriz FODA*

**Tabla No. 37 Matriz FODA**

	<b>FORTALEZAS - F</b>	<b>DEBILIDADES - D</b>
	<p>F1.- Demanda insatisfecha</p> <p>F2.- Instalaciones</p> <p>F3.- Administración eficiente</p> <p>F4.- Promociones innovadora</p>	<p>D1.- Negocio nuevo en el mercado</p> <p>D2. Competencia.</p>
<b>OPORTUNIDADES – O</b>	<b>ESTRATEGIAS – FO</b>	<b>ESTRATEGIAS – DO</b>
<p>O1.- Demanda insatisfecha de servicios de un Centro Holístico</p> <p>O2.- Nueva tendencia hacia una vida sana</p> <p>O3. Combatir el stress</p> <p>O4. Servicio nuevo con calidad total.</p>	<p>1. Servicios enfocados a una vida sana, física y espiritualmente. - (F1, O1,O2, F2, O3, F3, O4, F4)</p> <p>2. Implementación de certificaciones de calidad. (O1, O3, O4, F3, F2)</p>	<p>1. Creación de un departamento de mercadotecnia (D1,D2,O1,O2, O3)</p> <p>2. Ofrecer descuentos y promociones significativas (D2,O1,O2, O3, O4)</p>
<b>AMENAZAS - A</b>	<b>ESTRATEGIAS – FA</b>	<b>ESTRATEGIAS – DA</b>
<p>A1.- Falta de conocimiento sobre de los clientes sobre el Centro Holístico</p> <p>A2.- Inestabilidad sobre impuestos a pagar</p> <p>A3.- Inestabilidad Jurídica</p> <p>A4. Trámites engorrosos permiso de funcionamiento</p>	<p>1. Implementar un programa de educación sobre los servicios del Centro. (A1,F2, F3)</p> <p>2. Buscar asesoría técnica en lo referente a declaración de impuestos y tramites de funcionamiento (F1,F2,F3,A3,A4)</p>	<p>1. Elaborar un buen plan de Marketing. (D1, D2, A1, A2, A3)</p>

**Fuente:** Investigación Directa

**Elaborado por:** Liliana Balcázar

## **4.2 Estudio técnico**

El estudio técnico determinará aspectos indispensables del proyecto como la correcta localización del centro holístico, distribución correcta del espacio físico de los equipos, computadores, así como también la definición adecuada de la organización del centro, el direccionamiento estratégico, y el requerimiento del recurso humano para el funcionamiento del centro holístico.

En el estudio técnico se analizarán y determinarán aspectos relacionados con:

- El tamaño del proyecto
- La localización del proyecto
- El proceso productivo
- La distribución de la planta

### **4.2.1 Tamaño del proyecto**

Los procesos y los mecanismos tienden a limitar el tamaño del proyecto al mínimo de producción necesario para ser aplicables. Si los recursos financieros son insuficientes para atender las necesidades de inversión de la empresa de tamaño mínimo es claro que la ejecución del proyecto es imposible.

Si los recursos económicos propios y ajenos permiten escoger entre varios tamaños para producciones similares entre los cuales existe una gran diferencia de costos y de rendimiento económico, la prudencia aconsejará escoger aquel que se financie con mayor comodidad y seguridad, y que a la vez ofrezca, de ser posible, los menores costos y un alto rendimiento de capital. Es necesario asegurarse que se cuenta con el personal suficiente y apropiado para cada uno de los puestos dentro del Centro, tal es así que el tamaño del centro holístico está dado por el espacio físico con que cuenta y el capital con que se cuenta para invertir en el negocio.

#### **4.2.1.1 Factores condicionantes**

Son aquellos factores que condicionan e influyen de manera predominante en la selección del tamaño de la empresa. En la práctica, determinar el tamaño de una nueva unidad de producción es una tarea limitada por las relaciones recíprocas que existen entre el tamaño y la demanda del proyecto, la capacidad financiera, disponibilidad de insumos, la disponibilidad y características de la mano de obra, la tecnología y los equipos.

##### **- Demanda del proyecto**

El mecanismo de juicio más importante para determinar el tamaño del centro holístico, es generalmente la cantidad de la demanda que ha de atenderse, la demanda sin duda es uno de los factores más importantes para condicionar el tamaño del proyecto y según el estudio de mercado se estimó una demanda insatisfecha de 82.733 personas para el año 2015, el proyecto participará del 3% de esta demanda insatisfecha, es decir de 2.482 personas, considerando que este porcentaje se ajusta a la capacidad que el centro holístico, tendrá en cuanto a recursos técnicos y financieros.

##### **- Capacidad financiera**

Evidentemente uno de los factores limitantes de la dimensión del proyecto es la disponibilidad de recursos financieros. Requerimos de estos recursos para hacer frente tanto a las necesidades de inversión en activo fijo como para satisfacer los requerimientos de capital de trabajo.

El Financiamiento o aporte lo realizarán los 3 socios de la empresa que aportarán con un capital de 8.893 dólares y que corresponde al 30%, y el 70% que significa 20.748 dólares se lo conseguirá mediante un crédito a la Corporación Financiera Nacional. (Anexo 3)

- **Disponibilidad de insumos**

Los insumos necesarios para los servicios del Centro holístico se los puede adquirir en los almacenes especializados de la ciudad de Quito. Existen varios y de diferentes proveedores, por lo que este tema no es problema para el normal funcionamiento de la empresa.

En lo que se refiere a las maquinarias estas también pueden ser adquiridas en la ciudad de Quito.

- **Disponibilidad y características de la mano de obra**

Para el presente proyecto, ésta no puede significar limitante alguna o restricción para el tamaño y la capacidad del centro holístico, puesto que se tiene contemplado, el seleccionar el personal debidamente capacitado sobre la base de sus estudios profesionales y especializaciones de excelencia, aunado a la experiencia en ésta rama para los puestos importantes dentro de la estructura organizacional de la empresa y poder ser administrada exitosamente.

- **La tecnología y los equipos.**

Las relaciones entre el tamaño y la tecnología influirán a su vez en las relaciones entre tamaño, inversiones y costo de producción. En efecto, dentro de ciertos límites de operación hay ciertos procesos o técnicas de servicios que exigen una escala mínima para ser aplicables, ya que por debajo de ciertos niveles mínimos de servicios los costos serían tan elevados, que no se justificaría la creación del proyecto en esas condiciones.

#### **4.2.2 Localización de la empresa**

La adecuación correcta del proyecto es uno de los principales factores que determinará el éxito o fracaso del Centro, por ello la decisión de dónde se ubicará el proyecto obedecerá no solo a criterios económicos sino también a criterios estratégicos, institucionales e incluso de preferencias emocionales



#### 4.2.2.1 Macro-localización

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

El proyecto se localizará en la Ciudad de Quito, Distrito Metropolitano, Provincia de Pichincha.

**Tabla No. 38. Macrolocalización**

REGIÓN	PROVINCIA	CANTÓN	CIUDAD
SIERRA	PICHINCHA	QUITO	QUITO (DISTRITO METROPOLITANO)

**Fuente:** Investigación directa

**Elaborado por:** Liliana Balcázar, Diana Cárdenas

#### - Mapa de macro-localización

**Grafico No. 31 Mapa de la Provincia de Pichincha**



**Fuente:** Gobierno de la Provincia de Pichincha

#### 4.2.2.2 Micro-localización

El análisis de micro localización indica cuál es la mejor alternativa de instalación de un proyecto dentro de la macro zona elegida en este caso EL centro holístico tomará en cuenta estos factores.

## - Factores de micro-localización

En teoría, las alternativas de ubicación de un proyecto son infinitas. En términos prácticos, el ámbito de elección no es tan amplio, pues las restricciones propias del proyecto descartan muchas de ellas. La selección previa de una macro-localización permitirá, mediante un análisis preliminar, reducir el número de soluciones posibles al descartar los sectores geográficos que no respondan a las condiciones requeridas por el proyecto. (Sapag 191)

La determinación del lugar donde se ha de instalar el negocio se suele llevar a cabo en dos etapas: en la primera se selecciona el área general en que se estima conviene localizar dicho sistema productivo, y en la segunda, se elige la ubicación precisa para efectuar su instalación.

Estos factores son los que determinan la mejor ubicación; se detallaran a continuación:

### **Costo de arrendamiento**

Se refiere al canon de arrendamiento que se deberá cancelar por concepto de alquiler del local en la cual operará la nueva microempresa. Este valor es variable dependiendo del sector seleccionado en el análisis de micro localización.

### **Cercanía al mercado**

Existe facilidad para ofrecer los servicios pues el centro está ubicado en un lugar donde transcurre un gran número de personas, el cliente puede llegar sin dificultad, además es una vía altamente transitada para trasladarse a diferentes lugares comerciales y sectores residenciales del norte de la ciudad.

### **Cercanía de clientes**

Los futuros clientes potenciales, en su mayoría, viven o trabajan por sector.

### **Disponibilidad del personal**

La disponibilidad del personal es un factor muy importante dentro de la microempresa, es por esta razón que se realizará un reclutamiento del personal idóneo.

### **Vías de acceso**

Existe facilidad en transportarse hasta la microempresa, las vías se encuentran en condiciones idóneas para que circulen vehículos livianos como pesados ya que en los alrededores están ubicados parqueaderos públicos y privados satisfaciendo así a la necesidad del consumidor final.

### **Vías de comunicación**

En lo que corresponde a las vías de comunicación son muy actuales y remodeladas ya que es una zona muy comercial en donde existen empresas privadas y negocios, esto hace que mantengan las vías en buen estado.

### **Servicios básicos**

Los servicios básicos en el local donde funcionará el centro holístico son con los que normalmente debe contar una empresa; como agua, luz, teléfono, Internet, correos, protección contra incendios, comunicación rápida y segura, lo que permite el normal funcionamiento del Centro holístico.

### **Transporte**

Las calles en las cuales se halla ubicado el Centro holístico son todas de primer orden y se puede llegar muy fácilmente especialmente con transporte propio, también existe servicio de transporte urbano, que pasa cerca de donde funcionará el centro holístico como también varias cooperativas de taxis para trasladarse en la zona.

### **Factores ambientales**

En el local en donde funcionará la empresa se presenta un riesgo mínimo de probabilidad de ocurrencia de accidentes o enfermedades laborales en vista de que el local es seguro, libre de agentes contaminantes, por otra parte la empresa no produce desechos que puedan afectar al medio ambiente, adicional se implementará el sistema de fundas recolectora de basura de

diferentes colores de tal forma que la recolección tendrá clasificados en desechos orgánicos e inorgánicos.

Los ejecutivos del Centro holístico se prestarán a colaborar con los moradores del sector para la implementación de planes de cuidado del medio ambiente, al igual que ayudar en la concientización mediante capacitaciones constantes sobre el tema.

- **Matriz de micro-localización**

En la matriz que se presenta a continuación constan las calificaciones asignadas a cada una de las alternativas, utilizando un sistema de puntuación en el cual la menor calificación corresponderá a la alternativa que no es conveniente para los propósitos del presente proyecto, mientras que aquella que presente el mayor puntaje constituirá la más aplicable para el proyecto.

Se está utilizando una escala de puntuación de uno a cinco, donde cinco representa la calificación más alta y uno la de menor peso, para asignarles valores ponderados de peso relativo, de acuerdo con la importancia que se le atribuye.

Luego de elaborada la matriz, la mejor alternativa micro-locacional es la que tiene el mayor puntaje.

El presente proyecto cuenta con tres (3) alternativas:

- Centro de la ciudad.
- Norte de la ciudad.
- Sur de la ciudad.

**Tabla No. 39 Matriz de micro localización**

FACTORES	P %	CENTRO		NORTE		SUR	
		CAL IF	P	CAL IF	P	CAL IF	P
Costo de arrendamiento	20%	3	0.60	4	0.80	3	0.60
Cercanía al mercado	30%	4	1.20	5	1.50	3	0.90
Cercanía de clientes	15%	4	0.60	5	0.75	3	0.45
Disponibilidad de la mano de obra	5%	3	0.15	5	0.20	3	0.15
Vías de acceso	5%	3	0.15	5	0.25	4	0.20
Vías de comunicación	5%	4	0.20	5	0.25	4	0.20
Servicios básicos	5%	3	0.15	5	0.25	3	0.15
Transporte	5%	4	0.20	5	0.25	4	0.20
Factores ambientales	5%	3	0.15	4	0.20	3	0.15
Restricción legal	5%	3	0.15	3	0.15	3	0.15
<b>TOTAL</b>	<b>100%</b>		<b>3.55</b>		<b>4.60</b>		<b>3.15</b>

**Fuente:** Investigación de mercado

**Elaborado por:** Liliana Balcázar, Diana Cárdenas

Detalle:

1= pésimo 2= Malo 3= Bueno 4= Muy Bueno 5= Excelente

Después de identificar el sector donde se va instalar el centro holístico, de acuerdo a los factores que se determina en la matriz se lo realizará en el sector Norte de la ciudad de Quito, perteneciente a la provincia de Pichincha, por cumplir con un peso de ponderación de 4.60, mayor que el de los otros sectores.

El Centro se Instalará en el norte de la ciudad de Quito, sector el bosque calles Avenida Edmundo Carvajal y Pasaje C esquina, donde se rentará un local para el funcionamiento del dentro holístico.

**- Plano de micro-localización**

**Gráficos No. 32 Ubicación de la empresa**



**Fuente:** Google mapas

#### **4.2.3 Ingeniería del proyecto**

De acuerdo con el autor Bolívar Costales (), “El estudio de la ingeniería debe abarcar cada uno de los aspectos relativos al proceso del servicio mismo a ofrecerse, equipos a emplearse, energía a utilizarse, mantenimiento, reposición, arrendamiento, cálculo de las inversiones requeridas, entre otros, para facilitar las estimaciones necesarias de los costos del servicio”. (148)

En la ingeniería del proyecto y el servicio que se brindará se debe tener en cuenta algunos factores como la instalación de la maquinaria, la instalación de los muebles para la optimización de su colocación y ubicación para poder distribuir el servicio y de qué forma funcionará el servicio.

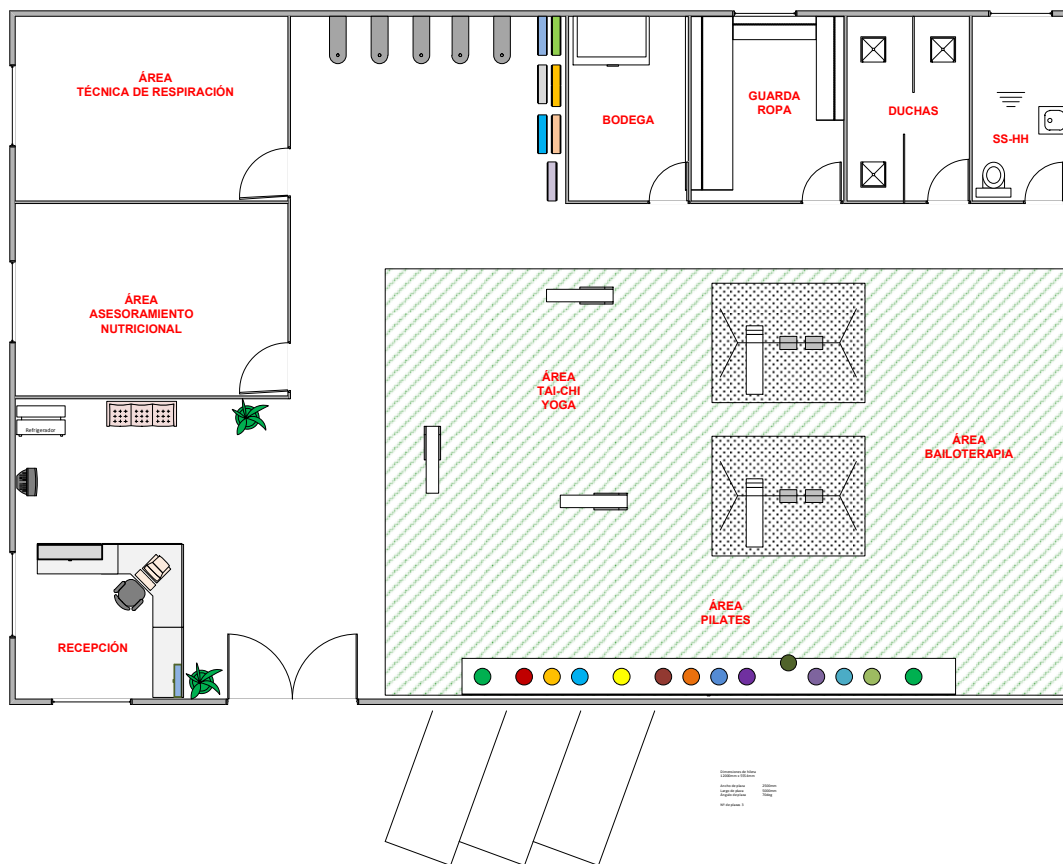
Es necesario destacar que el estudio de Ingeniería del Proyecto, de la misma manera que las demás etapas que comprenden la elaboración del mismo, no se realiza de forma aislada al resto, sino que necesitará constante intercambio de información e interacción con las otras etapas.

#### 4.2.3.1 *Distribución interna*

Se presentará la forma cómo estará distribuido el espacio físico donde funcionará la microempresa. Para realizar esta distribución se tomará en cuenta los departamentos que estarán constituidos dentro de la empresa.

En el gráfico descrito a continuación se presenta dicha distribución:

**Gráfico No. 33 Distribución de la planta**



**Elaborado por:** Arq. Holger Navarrete

4.2.3.2 *Inversión***Equipos**

## Maquinaria y Equipos de Producción

Concepto	Cantidad	Valor unitario	Valor Total
Bicicletas estáticas De Spinning	4	420,00	1.680,00
Caminadora Eléctrica 12 Niveles De Elevación Y 10 Velocidad	2	1.500,00	3.000,00
Aero Air Eliptical	2	104,00	208,00
Body Solid G1S Compact Home Gym	1	1.000,75	1.000,75
Stamina Products AeroPilates Pro XP556 STA048	1	899,00	899,00
Champion Dodge Ball Set, Rhino Skin, Assorted Colors, 6 Balls/Set	1	49,99	49,99
Cuerdas x 6	1	27,04	27,04
Bancos de steps	12	15,00	180,00
Colchonetas	12	16,00	192,00
Pelotas	4	45,00	180,00
Pesas	20	17,00	340,00
<b>TOTAL</b>			<b>7.756,78</b>

Fuente: imago

**Equipos de computación**

Concepto	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
PC's Completos	2	751,23	1.502,46
Impresora	1	135,67	135,67
<b>TOTAL</b>			<b>1.638,13</b>

**Muebles y enseres**

Concepto	Cantidad	Valor unitario	Valor Total
Sillas giratorias	2	58,00	116,00
Archivadores	1	125,00	125,00
Sillón de espera tripersonal	3	138,00	414,00
Lockers	4	320,00	1.280,00
Escritorios	2	321,00	642,00
Espejos (planchas)	3	340,00	1.020,00
Basureros medianos	4	8,24	32,96
<b>TOTAL</b>			<b>3.629,96</b>

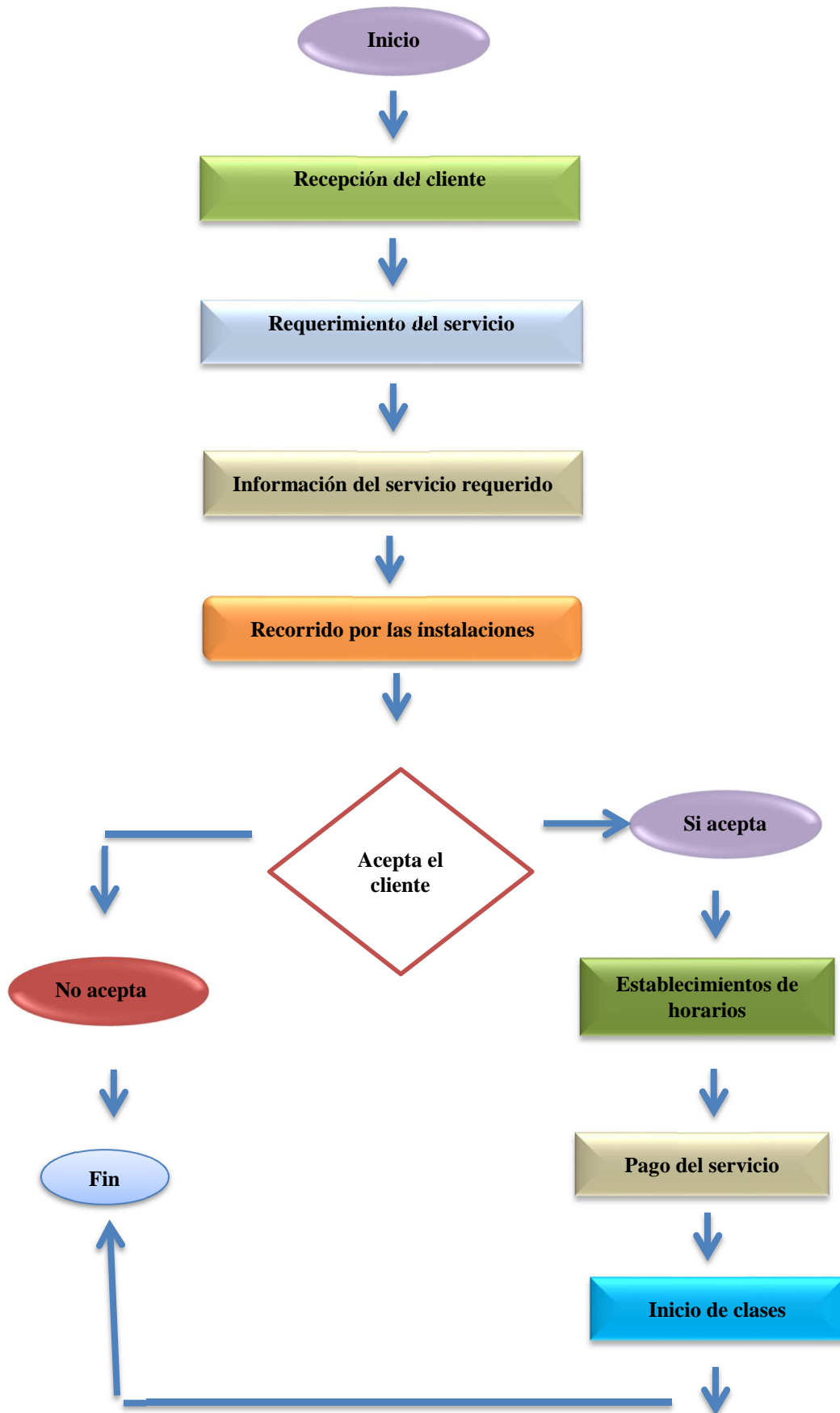


### Equipos de oficina

Concepto	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
Televisor Lg 32 Pulgadas	1	499,99	499,99
Equipo de sonido	1	220,00	220,00
Teléfono	1	35,00	35,00
Refrigerador panorámico	1	390,00	390,00
Estación de recepción	1	500,00	500,00
<b>TOTAL</b>			<b>1.644,99</b>

#### 4.2.3.3 *Flujograma del proceso de servicio*

Grafico No. 34 Flujograma del proceso de servicio



Elaborado por: Liliana Balcázar, Diana Cárdenas

El proceso de servicio dará inicio con la recepción del potencial cliente en donde se dará a conocer los requerimientos de los servicios que él solicita, seguidamente se procede a la entrega de información necesaria acorde al requerimiento del cliente, posteriormente se esperara la toma de decisiones por parte del cliente, si la misma es positiva se procederá a determinar el horario en que el cliente desea asistir al centro holístico, a continuación se procederá a la revisión de precios del servicio que se van a ejecutar, una vez realizada la cotización y estando en común acuerdo se proseguirá con el proceso de cancelación con un abono económico por la prestación de servicios.

#### **4.2.4 Requerimiento de Recursos Humanos**

El personal que se requiere para el normal desempeño de las actividades del Centro Holístico se lo puede encontrar en la ciudad de Quito. En la parte Administrativa existen profesionales formados en las diferentes Universidades de la ciudad.

En la parte técnica el personal requerido es especializado en los servicios a brindar y también se lo puede encontrar, pues hay varias personas al momento brindando este tipo de servicios.

Lo requerimientos son:

- Administrador
- Personal de limpieza
- Instructor Bailoterapia (especializados)
- Instructores especializados (Yoga, Tai Chi, respiración)

### **4.3 LA EMPRESA Y SU ORGANIZACIÓN**

#### **4.3.1 La Empresa**

Una empresa está compuesta por un conjunto de personas que trabajan con un objetivo común y para llevar a cabo ese objetivo cada una de ellas tiene que cumplir con una función. La importancia de la organización es que ayuda a definir qué se debe hacer y quien debe hacerlo,

una buena organización se basa en el tipo de estructura que permita llevar a cabo las actividades de una empresa. Al estar mejor organizados se logrará un mejor aprovechamiento de los recursos lo que a la larga puede hacer una empresa más eficiente.

La forma en que las compañías deciden organizarse es diferente, cada una decide establecer estructuras que se acoplen al tipo de empresa que es y tengan como propósito alcanzar de manera eficiente los objetivos que ellas se han propuesto. Los empresarios han establecido varios tipos de estructura que les permite lograr obtener el máximo aprovechamiento de recursos humanos.

Algunos de los tipos de estructuras son: funcional, divisional, horizontal y matricial. La estructura funcional divide el trabajo según las funciones que se realizan, cada función es realizada por personas que poseen las habilidades y conocimientos específicos para cada área. La estructura divisional divide a la empresa en distintas unidades donde cada unidad posee una mini-estructura funcional. Se puede resumir que se ve a la empresa como un gran conglomerado compuesto por pequeñas empresas organizadas

#### **4.3.2 Nombre o razón social**

La razón Social es el nombre con el que está constituida una empresa ante Notario Público y registrada en el Registro Público de la Propiedad y el Comercio.

**BAILEACTIVO CIA. LTDA.**, es el nombre de la empresa, este nombre ha sido escogido por razones de publicidad y además porque en él está contenido el mensaje de lo que lograrán los clientes.

A esta palabra le añadimos la razón social de la empresa que para el presente caso es compañía limitada.

#### **4.3.3 Logotipo**

El logotipo de la empresa BAILEACTIVO es un mensaje abreviado de todos los valores que posee la misma.

### Grafico No. 35 Logotipo de la empresa



**Fuente:** Investigación directa  
**Elaborado por:** Liliana Balcázar, Diana Cárdenas

#### 4.3.4 Eslogan

El lema con el que sintetiza el servicio que brinda BAILEACTIVO se traduce en el siguiente slogan:

*Bienestar con Armonía y Baile*

#### 4.3.5 Objeto social

La Empresa tiene como finalidad la prestación de servicios de desarrollo físico emocional, basándose en las necesidades que tienen la mujer en la actualidad, necesidades de mantener una vida saludable con el ejercicio pero también trabajando su vida y estado emocional, el centro quiere transmitir vida, salud, energía, por medio del baile fitness (bailoterapia), pilates, taichí, técnicas de respiración, con asesoramiento nutricional, el propósito de la creación de este centro holístico es complementar, es encontrar un equilibrio en el ser, en lo que es cuerpo, alma, mente y espíritu.

Al mismo tiempo el centro holístico BAILEACTIVO desea brindar ayuda a la comunidad que más lo necesita con la realización de eventos, trasladándose hacia las diferentes fundaciones que trabajen con adultos mayores donde se aportara ofreciendo clases gratis de baile y a la vez compartiendo con ellos mostrando que se puede crear un mundo diferente, un

mundo de buenas intenciones, con gente con quien, reír, compartir, respetar, confiar y apoyar, lo que significa la amistad

#### **4.3.6 Titularidad de la propiedad de la empresa**

La empresa será una Compañía Limitada entre otras ventajas importantes, porque requiere de menor capital, la cesión de participaciones debe efectuarse con el consentimiento unánime del capital social y mediante escritura pública, lo que dificulta el ingreso de socios no deseados a la compañía y da mayor seguridad.

La responsabilidad de los socios se limita al monto que aportan al capital social. Las limitaciones que tiene este tipo de compañía es que ya no se pueden aumentar las acciones y como es de tipo familiar se dificulta la administración de la misma.

#### **4.3.7 Requisitos**

BAILEACTIVO CIA LTDA., debe cumplir con los siguientes requisitos legales para su formación:

Número de socios: Mínimo 2 y máximo 15 personas.

**Razón Social:** el nombre de la compañía debe darse por los nombres de los socios en forma imperfecta o por el objetivo para el cual se forma, incluyendo el texto de Responsabilidad Limitada o su abreviatura Cía. Ltda.

**Capital:** De acuerdo a la ley, el capital estará formado por las aportaciones de los socios y no será inferior a \$ 400 de capital suscrito y como capital pagado el equivalente al 50% de dicho valor. Estará dividido en participaciones de \$1 o múltiplos de mil.

Las aportaciones pueden ser en numerario o en especie. El saldo del capital deberá integrarse en un plazo no mayor de 12 meses. A contarse de la fecha de constitución de la compañía.

Los aportes en numerario se depositarán en una cuenta especial de “integración de Capital”, que será abierta en un banco a nombre de la compañía en formación.

**Responsabilidad:** Los socios solamente responden por un máximo equivalente al monto de su participación individual.

Plazo de duración: Se establece un mínimo de 10 años.

**Administración:** El máximo organismo que regirá a la empresa, será la Junta General de Socios. Las responsabilidades de esta se señalarán en el contrato social de las disposiciones para la junta; y será esta quien designará al Gerente General, los gerentes medios y administradores de la compañía.

**Constitución:** Dentro de los pasos a seguir en el marco legal para la formación de la compañía:

- El registro mercantil en de la Superintendencia de Compañías.
- Registro Único de Contribuyentes

El Registro Único de Contribuyente (RUC), es el punto de partida para el proceso de la administración tributaria. El RUC constituye el número de la identificación de todas las personas naturales y sociedad que sean sujetos de obligaciones tributarias. A través del certificado del RUC (documento de inscripción), el contribuyente está en capacidad de conocer adecuadamente cuáles son sus obligaciones tributarias, de forma que le facilite un cabal cumplimiento de las mismas.

- Registro Sanitario.

El Registro Sanitario tendrá una vigencia de siete años, contados a partir de la fecha de expedición y podrá renovarse por períodos iguales a los términos establecidos en el Código de Salud y en el presente Reglamento. Para reinscribirlo se debe presentar la solicitud de renovación tres meses antes de su vencimiento, en caso de no ser renovado, el Director General de Salud procederá a cancelarlo.

- Escritura Pública.

#### 4.3.8 Trámites de legalización

Se debe cumplir con lo siguiente:

1. Aprobación de la denominación de la compañía.
  - a. Primero. Se realiza una solicitud a la Superintendencia de Compañías, en la que conste el nombre / nombres que se han pensado para la compañía y el tipo de compañía que se quiere constituir.
  - b. Segundo. La aprobación del nombre se sujeta al Reglamento para la Aprobación de Nombres Emitidos por la Superintendencia.
  - c. Tercero. Este trámite dura aproximadamente 48 horas.
2. Minuta suscrita por un abogado, contiene los estatutos de la compañía.
3. Aprobación de los estatutos por parte del Departamento de Compañías Limitadas de la Superintendencia de Compañías.
4. Depósito en la cuenta de integración de capital, abierta en cualquier banco del país de por lo menos el 50% del capital social.
5. Los estatutos se llevan a escritura pública ante un Notario, con las firmas de los socios fundadores. Se presentan documentos de identidad originales.
6. Se remiten mínimo 3 copias certificadas de la misma Superintendencia de Compañías, y una solicitud de aprobación debidamente suscrita por el abogado.
7. El trámite es enviado al Departamento Jurídico de la Superintendencia de Compañías, el cual analiza, revisa y redacta un informe, para que se proceda a la aprobar la Constitución mediante Resolución.
8. Superintendencia de Compañías emite un extracto de resolución aprobatoria de la compañía.
9. Publicación del extracto de la escritura, por una sola vez, en uno de los periódicos de mayor circulación en el domicilio de la compañía.
10. Con la copia de la publicación, se solicita a la Superintendencia de Compañías, la Resolución de aprobación y las copias de la Escritura de Constitución.
11. Obtención de la Patente Municipal.
12. Afiliación a la Cámara de Comercio, según el objeto social.
13. Inscripción de la escritura de constitución en el Registro Mercantil.
14. Obtención del Registro Único de Contribuyentes (RUC)



## 15. Elección del Presidente y Gerente de la compañía.

El tiempo para la obtención de la constitución de una compañía Limitada es de 60 días aproximadamente

### **4.3.9 Base filosófica de la empresa**

#### **4.3.9.1 Visión**

*Ser reconocida por su compromiso de calidad en la prestación de servicios de desarrollo físico emocional y humano, capaz de satisfacer los requerimientos de sus clientes, manteniendo el mejoramiento continuo en el servicio ofrecido con actitud y ética profesional a través de una cultura de innovación y trabajo.*

#### **4.3.9.2 Misión**

*Somos una empresa dirigida a desarrollar al máximo el bienestar y estado emocional de las mujeres a través de las diferentes técnicas anti estrés con la finalidad de mejorar su calidad de vida*

#### **4.3.9.3 Principios y valores**

Los siguientes principios y valores serán orientadores de la conducta y de todas nuestras acciones y decisiones en el quehacer de la Empresa.

- Orientación hacia el servicio al cliente
- Búsqueda permanente de la excelencia en los procesos, productos y servicios
- Ética interna y frente a la opinión pública
- El compromiso en el desempeño de sus funciones y con sus resultados
- Trabajo en equipo y convergencia de esfuerzos
- Eficiencia en todas las áreas y actividades cotidianas de la empresa, mejorando sus procesos internos y la calidad de los productos y servicios con los clientes.

- Satisfacción de los colaboradores, buen, trato, comunicación efectiva, incluyente y de equidad.

#### 4.3.10 Estructura organizacional

Las estructuras organizacionales son fáciles de entender, en algunos aspectos son análogas a las construcciones de edificios, se les compara en el sentido de que estos tienen puertas, las organizaciones departamentos de admisión, los pasillos y corredores de los edificios gobiernan nuestros movimientos y acciones, las organizaciones tienen reglas y procedimientos, y en varios otros aspectos se les puede comparar. (Baca Urbina 122)

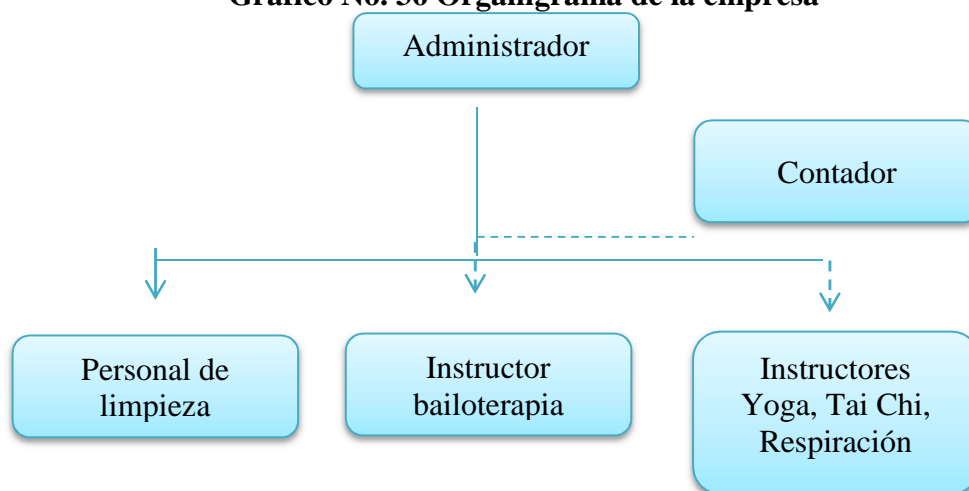
Para definir la estructura organizacional es necesario tomar en cuenta puntos como: Las tareas o puestos dentro de las organizaciones, rangos y jerarquías y reglas y reglamentos.

Como toda empresa el presente proyecto cuenta en forma implícita o explícita con cierto juego de jerarquías y atribuciones asignadas a los miembros o componentes de la misma.

Es así que a través de las atribuciones asignadas a cada empleado, se puede establecer la estructura organizativa de la empresa en un esquema de jerarquización y división de las funciones componentes de ella.

##### 4.3.10.1 Organigrama Estructural

**Grafico No. 36 Organigrama de la empresa**



**Elaborado por:** Liliana Balcázar, Diana Cárdenas

#### **4.3.10.2 Funciones**

##### **- Administrador**

Las funciones del Administrador de la empresa BAILEACTIVO Cía., Ltda., son las siguientes:

- Atención al cliente.
- Capacitación, direccionamiento y seguimiento al personal Comercial.
- Apoyo y seguimiento al área contable.
- Verificación del ingreso de usuarios (al día pagos y débitos automáticos).
- Control de la calidad del servicio (mantenimiento e instructores)
- Establecer un buzón de sugerencias.
- Verificar estado de las máquinas y equipos, reportar daños y mantenimientos de acuerdo a la urgencia.
- Control y suministro de implementos de Aseo y limpieza (jabón líquido, papel higiénico, desinfectante)
- Control de gastos en los servicios públicos (energía eléctrica y agua).
- Pendiente del vencimiento de los servicios públicos.
- Verificar el rendimiento, aceptación y actualización de los instructores de los servicios brindados.
- Garantizar la calidad de los servicios.
- Valoración física y elaboración de rutinas de socios nuevos.
- Cumplimiento de horarios asignados.
- Puntualidad y cumplimiento de las clases y servicios.
- Atención adecuada y profesional a los socios

##### **- Contador**

- Elaborar Estados financieros en fechas requeridas con información oportuna y verídica.

- Verificar y depurar cuentas contables
  - Examinar el valor de los inventarios y efectuar los inventarios respectivos
  - Confeccionar las declaraciones de impuesto a la renta.
  - Revisar y conciliar las conciliaciones bancarias.
  - Revisar y comparar gastos mensuales.
  - Preparar el rol de pagos y los formularios de declaración del impuesto a la renta del personal, así como las planillas para el pago de obligaciones sociales y personales al IESS.
- **Personal de limpieza**
- Realizar las tareas específicas de limpieza de los espacios del Centro.
  - Mantener en orden y en condiciones los elementos de ejercicio.
  - Cuidado, mantenimiento, puesta a punto y vigilancia de instalaciones.
  - Comunicar a sus superiores jerárquicos, el estado de conservación de las instalaciones.
  - Organizar y controlar los medios materiales y de uso asignados.
  - Supervisar que las luces que no están en uso, estén apagadas para contribuir al ahorro energético.

En cuanto a los instructores de las diferentes disciplinas, las tareas que les competen son las de elaboración de nuevos planes de ejercicio, el control y seguimiento de los clientes.

## 4.4 Estudio financiero

### 4.4.1 Activos fijos

**Tabla No. 40 Equipos de oficina**

Concepto	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
Televisor Lg 32 Pulgadas	1	499,99	499,99
Equipo de sonido	1	220,00	220,00
Teléfono	1	35,00	35,00
Refrigerador panorámico	1	390,00	390,00
Estación de recepción	1	500,00	500,00
<b>TOTAL</b>			<b>1.644,99</b>

**Elaborado por:** Las autoras

**Tabla No. 41 Equipos de computación**

Concepto	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
PC's Completos	2	751,23	1.502,46
Impresora	1	135,67	135,67
<b>TOTAL</b>			<b>1.638,13</b>

**Elaborado por:** Las autoras

**Tabla No. 42 Muebles y enseres**

Concepto	Cantidad	Valor unitario	Valor Total
Sillas giratorias	2	58,00	116,00
Archivadores	1	125,00	125,00
Sillón de espera tripersonal	3	138,00	414,00
Lockers	4	320,00	1.280,00
Escritorios	2	321,00	642,00
Espejos (planchas)	3	340,00	1.020,00
Basureros medianos	4	8,24	32,96
<b>TOTAL</b>			<b>3.629,96</b>

**Elaborado por:** Las autoras

**Tabla No. 43 Maquinaria y equipo**

Concepto	Cantidad	Valor unitario	Valor Total
Bicicletas estáticas De Spinning	4	420,00	1.680,00
Caminadora Eléctrica 12 Niveles De Elevación Y 10 Velocidades	2	1.500,00	3.000,00
Aero Air Elíptica	2	104,00	208,00
Body Solid G1S Compact Home Gym	1	1.000,75	1.000,75
Stamina Products Aero Pilates Pro XP556 STA048	1	899,00	899,00
Champion Dodge Ball Set, Rhino Skin, Assorted Colors, 6 Balls/Set	1	49,99	49,99
Cuerdas x 6	1	27,04	27,04
Bancos de steps	12	15,00	180,00
Colchonetas	12	16,00	192,00
Pelotas	4	45,00	180,00
Pesas	20	17,00	340,00
<b>TOTAL</b>			<b>7.756,78</b>

**Elaborado por:** Las autoras

#### 4.4.2 Costos y gastos

##### 4.4.2.1 Costos

**Tabla No. 44 Costos fijos**

<b>Costos Fijos</b>	
<b>Detalle</b>	<b>Valor Anual</b>
Sueldos y Salarios	16.737,88
Honorarios contador	1.800,00
Gasto generales	795,00
Suministros de oficina	135,40
Suministros de limpieza y aseo	292,14
Honorarios contador	2.200,00
Publicidad	7.739,00
Arriendo	9.600,00
Depreciaciones	2.013,72
Gasto financiero	2.962,32
Montaje e instalacion	2.500,00
<b>TOTAL COSTOS FIJOS</b>	<b>46.775,46</b>

**Elaborado por:** Las autoras

**Tabla No. 45. Costos variables**

<b>Costos Variables</b>	
<b>Detalle</b>	<b>Valor Anual</b>
Honorarios Instructores	41.280,00
Mantenimiento	155,14
<b>TOTAL COSTOS VARIABLES</b>	<b>41.435,14</b>

**Elaborado por:** Las autoras

##### 4.4.2.2 Gastos

**Tabla No. 46 Gastos constitución**

<b>Gastos de Constitución</b>			
<b>Cantidad</b>	<b>Descripción</b>	<b>Valor unitario</b>	<b>Valor total</b>
1	Elaboración del estudio técnico económico	1.200,00	1.200,00
1	Constitución y legalización de la empresa	1.000,00	1.000,00
<b>TOTAL</b>		<b>2.200,00</b>	<b>2.200,00</b>

**Elaborado por:** Las autoras

**Tabla No. 47 Gastos sueldos**

Puesto	No.	Sueldo	Sueldo Total	13° Sueldo	14° Sueldo	Fondo de Reserva	Aporte Patronal IESS	Vacac.	Costo Mes	Costo Año 1
Administrador	1	800,00	800,00	66,67	29,50	0,00	89,20	0,00	985,37	11.824,40
Personal de Limpieza	1	318,00	318,00	26,50	29,50	0,00	35,46	0,00	409,46	4.913,48
<b>TOTAL</b>	<b>2</b>	<b>1.118,00</b>		<b>93,17</b>	<b>59,00</b>	<b>0,00</b>	<b>124,66</b>	<b>0,00</b>	<b>1.394,82</b>	<b>16.737,88</b>

**Elaborado por:** Las autoras

**Tabla No. 48 Gastos generales**

<b>Gastos Generales</b>						
Detalle	U. Medida	Consumo Mensual	Consumo Anual	Valor Unitario	Valor Mensual	Valor Anual
Servicio de luz eléctrica	Kw	350,00	4.200,00	0,10	35,00	420,00
Servicio de agua potable	m3	35,00	420,00	0,55	19,25	231,00
Servicio telefónico	min.	300,00	3.600,00	0,04	12,00	144,00
<b>TOTAL</b>					<b>66,25</b>	<b>795,00</b>

**Elaborado por:** Las autoras

**Tabla No. 49 Gasto suministros de oficina**

Suministros de Oficina	Cantidad	P. Unitario	P. Total
Papeleras	3	10,00	30,00
Grapadoras	1	3,25	3,25
Perforadoras	1	2,85	2,85
Sumadora	1	9,00	9,00
Rasma de hojas	1	11,00	11,00
Carpetas archivadores Oficio	3	2,50	7,50
Saca grapas	1	1,20	1,20
Sobres (cajas 500u)	3	9,00	27,00
Blog de notas (paquete 100u)	3	6,00	18,00
Cartuchos	1	25,60	25,60
<b>Total Suministros de Oficina</b>			<b>135,40</b>

**Elaborado por:** Las autoras

**Tabla No. 50 Gasto suministro de aseo y limpieza**

Descripción	Cantidad	P. Unitario	Valor Anual
Papel higiénico	36	2,23	80,28
Jabón líquido	12	2,50	30,00
Desinfectante	4	3,61	14,44
Fundas para basura	12	1,83	21,96
Escoba	5	2,64	13,20
Trapeador	5	12,38	61,90
Paños de limpieza	6	4,26	25,56
Recogedor de basura	2	2,38	4,76
Baldes	1	5,00	5,00
Guantes de latex (50 pares)	16	1,80	28,80
Toalla desechable (500u)	4	1,56	6,24
<b>Total Suministros de aseo y limpieza</b>			<b>292,14</b>

Elaborado por: Las autoras

**Tabla No. 51 Gastos mantenimiento**

Descripción	Valor	Valor Mensual	Total Anual
Mantenimiento de equipos	7.756,78	12,93	155,14
<b>Total mantenimiento</b>		<b>12,93</b>	<b>155,14</b>

Elaborado por: Las autoras

**Tabla No. 52 Gasto arriendo**

Gasto arriendo		
Detalle	Valor Mensual	Valor Anual
Arriendo instalaciones	800,00	9.600,00
<b>TOTAL</b>	<b>800,00</b>	<b>9.600,00</b>

Elaborado por: Las autoras

**Tabla No. 53. Gasto honorarios**

Gasto honorarios contador		
Detalle	Valor mensual	Valor anual
Gasto honorarios contador	150,00	1.800,00
<b>TOTAL</b>	<b>150,00</b>	<b>1.800,00</b>

Elaborado por: Las autoras



#### 4.4.2.3 Proyección de costos y gastos

**Tabla No. 54 Proyección de costos y gastos**

<b>Proyección Costos y Gastos</b>					
<b>RUBRO</b>	<b>AÑO</b>				
	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
Sueldos y Salarios	16.737,88	19.180,94	19.978,87	20.809,99	21.675,69
Honorarios Instructores	41.280,00	42.997,25	44.785,93	46.649,03	48.589,63
Honorarios contador	1.800,00	1.874,88	1.952,88	2.034,11	2.118,73
Gasto generales (agua, luz, teléfono, internet)	795,00	828,07	862,52	898,40	935,77
Suministros de oficina	135,40	141,03	146,90	153,01	159,38
Suministros de limpieza y aseo	292,14	304,29	316,95	330,14	343,87
Mantenimiento	155,14	161,59	168,31	175,31	182,61
Gastos de constitución	2.200,00				
Publicidad	7.739,00	8.060,94	8.396,28	8.745,56	9.109,38
Arriendo	9.600,00	9.999,36	10.415,33	10.848,61	11.299,91
Depreciaciones	2.013,72	2.013,72	2.013,72	1.467,67	1.467,67
Gasto financiero	2.962,32	2.485,23	1.956,39	1.370,17	720,34
Montaje e instalación	2.500,00				

**Elaborado por:** Las autoras

#### 4.4.3 Capital de trabajo

**Tabla No. 55 Capital de trabajo**

<b>Capital de Trabajo</b>		
<b>Detalle</b>	<b>Valor Mensual</b>	<b>Valor 3 meses</b>
Sueldos y Salarios	1.394,82	4.184,47
Honorarios Instructores	3.440,00	10.320,00
Honorarios contador	150,00	450,00
Gasto generales (agua, luz, teléfono, internet)	66,25	198,75
Suministros de oficina	11,28	33,85
Suministros de limpieza y Aseo	24,35	73,04
Mantenimiento	12,93	38,78
Gastos de constitución		2.200,00
Publicidad	644,92	1.934,75
Arriendo	800,00	2.400,00
Montaje e instalación		2.500,00
<b>TOTAL</b>	<b>5.744,55</b>	<b>24.333,64</b>

**Elaborado por:** Las autoras

#### 4.4.4 Ingresos

**Tabla No. 56. Ingresos – Año 1**

Nombre del servicio	Unidades servicios (año)	Precio por servicios USD	Total USD año 1
Técnicas de respiración	703	15	10.545,00
Asesoramiento nutricional	675	30	20.250,00
Bailoterapia	844	30	25.320,00
Tai Chi	366	40	14.640,00
Yoga	113	30	3.390,00
Pilates	113	30	3.390,00
<b>TOTAL</b>	<b>2814</b>	<b>175</b>	<b>77.535,00</b>

**Elaborado por:** Las autoras

**Tabla No. 57. Ingresos – Año 2**

Nombre del servicio	Unidades servicios (año)	Precio por servicios USD	Total USD año 2
Técnicas de respiración	792	17	13.388,76
Asesoramiento nutricional	687	34	23.227,47
Bailoterapia	859	34	29.042,79
Tai Chi	372	45	16.769,76
Yoga	114	34	3.854,34
Pilates	114	34	3.854,34
<b>TOTAL</b>	<b>2938</b>	<b>197</b>	<b>90.137,46</b>

**Elaborado por:** Las autoras

**Tabla No. 58. Ingresos – Año 3**

Nombre del servicio	Unidades servicios (año)	Precio por servicios USD	Total USD año 3
Técnicas de respiración	893	19	17.013,38
Asesoramiento nutricional	699	38	26.634,61
Bailoterapia	874	34	29.549,94
Tai Chi	379	51	19.255,16
Yoga	117	38	4.458,15
Pilates	117	38	4.458,15
<b>TOTAL</b>	<b>3079</b>	<b>218</b>	<b>101.369,38</b>

**Elaborado por:** Las autoras

**Tabla No. 59 Ingresos – Año 4**

<b>Nombre del servicio</b>	<b>Unidades servicios (año)</b>	<b>Precio por servicios USD</b>	<b>Total USD año 4</b>
Técnicas de respiración	1.006	21	21.600,36
Asesoramiento nutricional	712	43	30.575,46
Bailoterapia	890	38	33.912,44
Tai Chi	386	57	22.101,36
Yoga	119	43	5.110,22
Pilates	119	43	5.110,22
<b>TOTAL</b>	<b>3232</b>	<b>246</b>	<b>118.410,07</b>

**Elaborado por:** Las autoras

**Tabla No. 60 Ingresos – Año 5**

<b>Nombre del servicio</b>	<b>Unidades servicios (año)</b>	<b>Precio por servicios USD</b>	<b>Total USD año 5</b>
Técnicas de respiración	1.134	24	27.441,00
Asesoramiento nutricional	725	48	35.087,70
Bailoterapia	906	43	38.906,41
Tai Chi	393	65	25.359,94
Yoga	119	48	5.759,22
Pilates	121	48	5.856,02
<b>TOTAL</b>	<b>3398</b>	<b>277</b>	<b>138.410,30</b>

**Elaborado por:** Las autoras

#### 4.4.5 Estados Financieros

##### 4.4.5.1 Estado de resultados

**Tabla No. 61 Estado de Resultados**

<b>Estado de Resultado</b>					
<b>Detalle</b>	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>
Ventas	77.535,00	90.137,46	101.369,38	118.410,07	138.410,30
<b>(=) Utilidad bruta</b>	<b>77.535,00</b>	<b>90.137,46</b>	<b>101.369,38</b>	<b>118.410,07</b>	<b>138.410,30</b>
<b>GASTOS</b>					
(-) Gastos Administrativos	65.895,56	65.488,06	68.212,36	71.050,00	74.005,68
(-) Gastos de ventas	19.352,72	20.074,02	20.825,33	21.061,85	21.876,96
<b>UTILIDAD OPERATIVA</b>	<b>-7.713,27</b>	<b>4.575,38</b>	<b>12.331,70</b>	<b>26.298,23</b>	<b>42.527,66</b>
(-) Gasto financiero	2.962,32	2.485,23	1.956,39	1.370,17	720,34
<b>Utilidad antes de Participación</b>	<b>-10.675,59</b>	<b>2.090,15</b>	<b>10.375,31</b>	<b>24.928,06</b>	<b>41.807,32</b>
(-) Participación laboral 15%	-1.601,34	313,52	1.556,30	3.739,21	6.271,10
<b>Utilidad antes de Imp. Renta</b>	<b>-9.074,26</b>	<b>1.776,63</b>	<b>8.819,01</b>	<b>21.188,85</b>	<b>35.536,22</b>
(-) Impuesto a la Renta 22%	-1.996,34	390,86	1.940,18	4.661,55	7.817,97
<b>UTILIDAD NETA</b>	<b>-7.077,92</b>	<b>1.385,77</b>	<b>6.878,83</b>	<b>16.527,31</b>	<b>27.718,25</b>

Elaborado por: Las autoras

##### 4.4.5.2 Balance General

**Tabla No. 62. Balance general**

<b>Balance de Situación</b>			
<b>ACTIVOS</b>		<b>PASIVOS</b>	
<b>Activo Corriente</b>	24.333,64	<b>Pasivo Corriente</b>	
Efectivo y sus equivalentes	<u>24.333,64</u>	Cuentas a pagar C.P.	2.962,32
		Cuentas a pagar L.P.	
		(a partir del 2º año)	<u>24.340,13</u>
		<b>TOTAL PASIVO</b>	<b>27.302,45</b>
<b>Activo Fijo</b>	14.669,86		
Equipos de oficina	1.644,99		
Equipos de computo	1.638,13		
Muebles y enseres	3.629,96		
Maquinaria	7.756,78	<b>Patrimonio</b>	
		Capital Social	<u>11.701,05</u>
<b>TOTAL ACTIVOS</b>	<b>39.003,50</b>	<b>TOTAL PAS.+ PAT.</b>	<b>39.003,50</b>

Elaborado por: Las autoras

#### 4.4.6 Evaluación financiera

##### 4.4.6.1 Flujo de caja

**Tabla No. 63. Flujo de caja con financiamiento**

Flujo de Caja con Financiamiento						
Detalle	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ventas		77.535,00	90.137,46	101.369,38	118.410,07	138.410,30
<b>(=) Utilidad bruta</b>		<b>77.535,00</b>	<b>90.137,46</b>	<b>101.369,38</b>	<b>118.410,07</b>	<b>138.410,30</b>
<b>GASTOS</b>						
(-) Gastos Administrativos		65.895,56	65.488,06	68.212,36	71.050,00	74.005,68
(-) Gastos de ventas		19.352,72	20.074,02	20.825,33	21.061,85	21.876,96
<b>UTILIDAD OPERATIVA</b>		<b>-7.713,27</b>	<b>4.575,38</b>	<b>12.331,70</b>	<b>26.298,23</b>	<b>42.527,66</b>
(-) Interés del préstamo		2.962,32	2.485,23	1.956,39	1.370,17	720,34
<b>Utilidad antes de Participacion</b>		<b>-10.675,59</b>	<b>2.090,15</b>	<b>10.375,31</b>	<b>24.928,06</b>	<b>41.807,32</b>
(-) Participación laboral 15%		-1.601,34	313,52	1.556,30	3.739,21	6.271,10
<b>Utilidad antes de Imp. Renta</b>		<b>-9.074,26</b>	<b>1.776,63</b>	<b>8.819,01</b>	<b>21.188,85</b>	<b>35.536,22</b>
(-) Impuesto a la Renta 22%		-1.996,34	390,86	1.940,18	4.661,55	7.817,97
<b>UTILIDAD NETA</b>		<b>-7.077,92</b>	<b>1.385,77</b>	<b>6.878,83</b>	<b>16.527,31</b>	<b>27.718,25</b>
<b>Inversiones</b>						
Activos fijos	-14.669,86					
Capital de trabajo	-24.333,64					
Préstamo bancario	27.302,45					
Reinversión equipo de cómputo					1.638,13	
Depreciaciones		2.013,72	2.013,72	2.013,72	2.013,72	2.013,72
Gasto de constitución		2.200,00				
Valor residual						5.693,37
(-) Capital de la deuda		4.397,06	4.874,15	5.402,99	5.989,21	6.639,04
Recuperación capital de trabajo						24.333,64
<b>FLUJO NETO DE CAJA</b>	<b>-11.701,05</b>	<b>-7.261,26</b>	<b>-1.474,66</b>	<b>3.489,55</b>	<b>10.913,68</b>	<b>53.119,94</b>

Elaborado por: Las autoras

4.4.6.2 *Valor actual neto con financiamiento*

**Tabla No. 64. Valor actual neto con financiamiento**

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5						
<b>VAN</b> =	Valor Futuro Año 1	+	Valor Futuro Año 2	+	Valor Futuro Año 3	+	Valor Futuro Año 4	+	Valor Futuro Año 5	-	<b>INVERSIÓN</b>
	$(1+i)^n$		$(1+i)^n$		$(1+i)^n$		$(1+i)^n$		$(1+i)^n$		
<b>VAN</b> =	-7.261,26	+	-1.474,66	+	3.489,55	+	10.913,68	+	53.119,94	-	-11.701,05
	$(1+0,1223)^1$		$(1+0,1223)^2$		$(1+0,1223)^3$		$(1+0,1223)^4$		$(1+0,1223)^5$		
<b>VAN</b> =	-7.261,26	+	-1.474,66	+	3.489,55	+	10.913,68	+	53.119,94	-	-11.701,05
	1,1725		1,3747		1,6119		1,8899		2,2159		
<b>VAN</b> =	-6.193,01	+	-1.072,68	+	2.164,91	+	5.774,71	+	23.972,11	-	-11.701,05
<b>VAN</b> =	<b>\$ 12.944,99</b>										

Elaborado por: Las autoras

4.4.6.3 *Tasa de descuento*

**Tabla No. 65. Costo de oportunidad**

<b>Costo de Oportunidad</b>	
<b>FACTOR</b>	<b>%</b>
Tasa pasiva	4,53%
Tasa activa	11,83%
Recursos ajenos	70,00
Recursos propios	30,00
t=tasa impositiva vigente	0,337
inflación	4,16
Riesgo país	6,24
<b>Costo de Oportunidad</b>	<b>17,25%</b>

Elaborado por: Las autoras

$$\text{Costo de Oportunidad} = \text{Tasa pasiva} * (\% \text{ recursos propios}) + (\text{tasa activa} * (1 - t) * \% \text{ recursos ajenos}) + \text{prima al riesgo} + \text{inflación}$$

4,53%	30,00		11,83%	0,663	70,00					
<b>1,359</b>		+	<b>5,490303</b>			+	<b>6,24</b>	+	<b>4,16</b>	= <b>17,25%</b>
(%recursos propios)			(tasa activa x (1-t)x(%recursos ajenos))				PAR		Inflación	

#### 4.4.6.4 Tasa interna de retorno

**Tabla No. 66 Tasa interna de retorno**

<b>Tasa descuento</b>	<b>17,25%</b>
<b>Años</b>	<b>Flujos</b>
<b>Inversión</b>	<b>-11.701,05</b>
Año 1	-7.261,26
Año 2	-1.474,66
Año 3	3.489,55
Año 4	10.913,68
Año 5	53.119,94
<b>TOTAL</b>	<b>58.787,25</b>
<b>VAN</b>	<b>12.944,98</b>
<b>TIR</b>	<b>32,55%</b>

**Elaborado por:** Las autoras

El valor obtenido de la TIR determina la factibilidad del proyecto, esta deberá ser relacionada con otros indicadores financieros para establecer su concordancia, de tal manera al compararlo con la TMAR, (32,55% > 17,25%) se puede decir que la puesta en marcha es viable.

#### 4.4.6.5 Período de recuperación de la inversión

**Tabla No. 67. Período de recuperación de la inversión**

	<b>Valor USD</b>
<b>Inversión</b>	<b>-11.701,05</b>

<b>Tiempo</b>	<b>Flujo de Fondos</b>	<b>Valor USD</b>
Año 1	Flujo de Fondos 1	-6.193,01
Año 2	Flujo de Fondos 2	-1.072,68
Año 3	Flujo de Fondos 3	2.164,91
Año 4	Flujo de Fondos 4	5.774,71
Año 5	Flujo de Fondos 5	23.972,11

**Elaborado por:** Las autoras

La inversión será recuperada al tercer año.

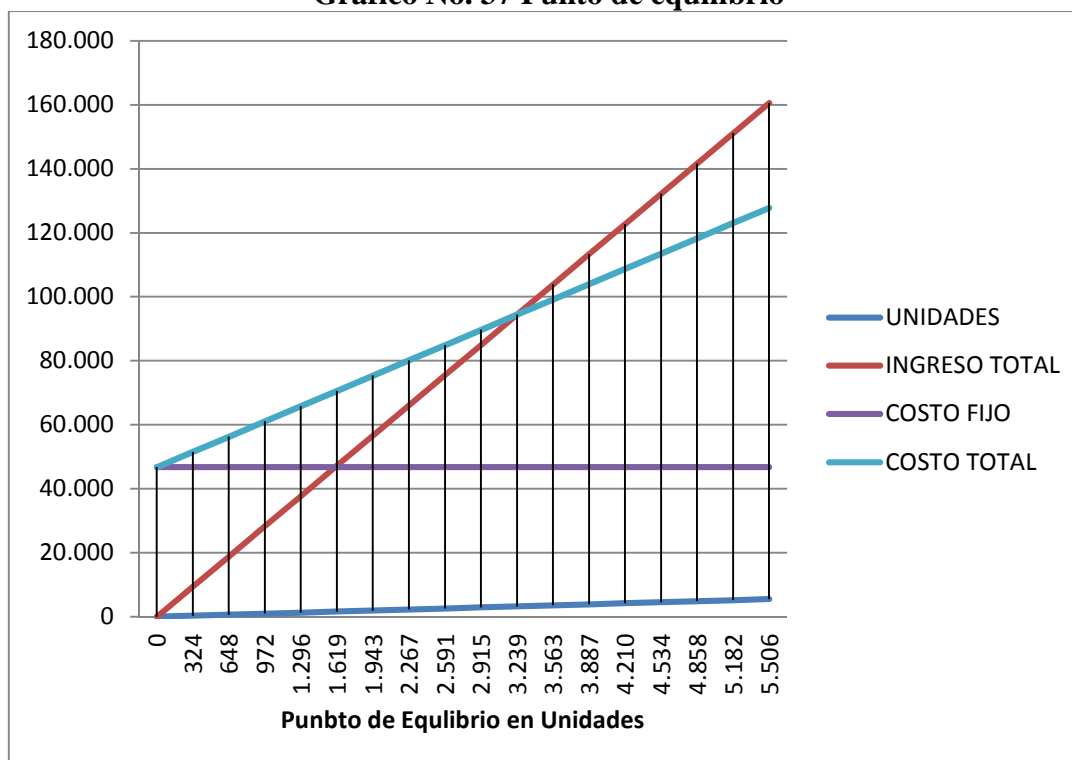
4.4.6.6 Punto de equilibrio

**Tabla No. 68. Datos del punto de equilibrio**

DATOS DEL PUNTO DE EQUILIBRIO	
DETALLE	USD
Costos de variable	41.435,14
Costos fijos	46.775,46
Unidades	2.814
Costo variable unitario	14,72
P.V.P. promedio	29,17
Margen de contribución	14,44
Ventas totales	77.535,00

**Elaborado por:** Las autoras

**Gráfico No. 37 Punto de equilibrio**



**Elaborado por:** Las autoras

El gráfico antes presentado muestra que para que la empresa no tenga ningún tipo de pérdidas o ganancias deberá vender 3.239 servicios al año.



4.4.6.7 *Relación beneficio – costo*

**Tabla No. 69. Relación beneficio - costo**

<b>Relación Costo /Beneficio</b>	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>	<b>Total</b>
Ingresos	77.535,00	90.137,46	101.369,38	118.410,07	138.410,30	<b>525.862,22</b>
Egresos	88.210,59	88.047,31	90.994,08	93.482,01	96.602,98	<b>457.336,97</b>
Relación Costo /Beneficio	525.862,22	<b>1,15</b>				
	457.336,97					

**Elaborado por:** Las autoras

De acuerdo al cálculo realizado por cada dólar invertido se recuperará 0.15 centavos adicionales.

## **CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES**

### **CONCLUSIONES**

- El Centro de Desarrollo Holístico se encuentra orientada a brindar servicios de relajación de diferentes características a la ciudadanía del norte de Quito.
- La localización de la empresa es la adecuada puesto que se encuentra cerca del mercado objetivo del proyecto, además de brindarle todas las facilidades necesarias para su desarrollo y puesta en marcha.
- La demanda insatisfecha asciende a 82.733 servicios, sin embargo, tomando en consideración que la empresa se encuentra en una fase de introducción al mercado se tomará solo el 3,4% de la misma.
- Los precios se establecieron de acuerdo a la metodología del status quo, es decir de acuerdo al promedio presentado por la competencia.
- De acuerdo a los indicadores financieros el proyecto es viable, puesto que el VAN es superior a cero y la tasa que se presenta en la TIR es de 32,55% superior al costo de oportunidad 17,25%

## **RECOMENDACIONES**

- Orientar el objeto social de la empresa en relación a las necesidades presentes en el mercado objetivo, por lo que es importante evaluarlo constantemente.
- Evaluar las condiciones que proporciona el sector en el que se ubica la empresa, para constatar que brinda todas las condiciones necesarias para su funcionamiento.
- Una vez que se termine el primer período económico se deberá tomar en consideración el aumentar el porcentaje de la demanda a satisfacer, tomando en cuenta la capacidad instalada de la empresa.
- Se deberá evaluar los precios que se manejen durante un período, puesto que esto permitirá determinar si los clientes se sienten satisfechos con los mismos en relación al servicio que reciben.
- Realizar una evaluación económica permanente, esto permitirá tomar las decisiones pertinentes y anticiparse a los posibles sucesos que se pudieran dar.

## BIBLIOGRAFÍA

- Adams, D, y otros. *The safety of pediatric acupuncture: a systematic review* . Pediatric, 2011.
- Alcocer, Paula. *¿Que es la psicología Gestalt?* 30 de enero de 2014.  
<[http://psicologiaygestalt.com/?page\\_id=12](http://psicologiaygestalt.com/?page_id=12)>.
- Armas, Carlos y Gabriela Montes. *Proyecto de factibilidad de un centro holístico hotelero, en la parroquia de Data de Posorja, cantón Guayaquil*. Guayaquil: Universidad Católica de Santiago de Guayaquil, 2015.
- Armijos, Ruth. *Factores de riesgo que podrían asociarse al desarrollo de diabetes mellitus tipo 2 en edad adulta en los adolescentes*. Loja: Universidad Nacional de Loja, 2012.
- Baca Urbina, Gabriel. *Evaluación De Proyectos*. Cuarta Edición. México D.F: Mc Graw Hill, 2010.
- Banco Central del Ecuador. *Ecuador: Reporte mensual de inflación. Marzo 2015*. Quito: BCE, 2015.
- . *Estadísticas Macroeconómicas*. Quito: BCE, 2014.
- . *Estadísticas Macroeconómicas*. Quito: BCE, 2015.
- . *Inflación*. 2015. <<http://www.bce.fin.ec/index.php/estadisticas-economicas>>.
- . *Inversión extranjera por Rama de Actividad Económica*. 2015. 22 de Septiembre de 2015.  
<<http://www.bce.fin.ec/index.php/component/k2/item/298-inversi%C3%B3n-extranjera-directa>>.
- Besil, María del Carmen. *La mercadotecnia y sus estrategias*. México, UNAM, 2003.
- Cámara de la Pequeña y Mediana Empresa de Pichincha. *Promoción de las PYMES*. 2014.  
<<http://www.capeipi.org.ec/index.php/corporativo/revista-capeipi-mayo-2014>>.
- Costales, Bolívar. *Diseño, elaboración y evaluación de proyectos*. 2007.

El Comercio. «Jaime Nebot: ¿Quién quiere dejar un dólar para recibir un Rumiñahui?» *El Comercio* 9 de Septiembre de 2015: 3.

HAMILTON Wilson Martín. *Formulación y Evaluación de Proyectos Tecnológicos; 1ª Edición*. Colombia: Editorial Convenio Andrés Bello, 2005.

Hamilton, Wilson Martín. *Formulación y Evaluación de Proyectos Tecnológicos; 1ª Edición*. Colombia: Editorial Convenio Andrés Bello, 2005.

INEC . *Encuesta Nacional de Empleo, Desempleo y Subempleo. Indicadores Laborales. 15 años o más*. Quito: INEC, 2015.

INEC. *Censo de población y vivienda*. Quito: INEC, 2010.

—. *Estadísticas*. 17 de Agosto de 2013. 8 de Octubre de 2013.  
<[www.inec.gob.ec/estadísticas/](http://www.inec.gob.ec/estadísticas/)>.

—. *Fascículo provincial Pichincha*. Quito: INEC, 2010.

Instituto Nacional de Estadísticas y Censos. *Población económicamente activa*. Quito: INEC, 2015.

JAMES Van Horne. *Fundamentos de Administración Financiera*. Pearson Education, 2003.

Koontz, Harold. *Administración*. McGraw Hill., 2006 .

Kotler, P. *Dirección de Marketing-conceptos esenciales*. Octava Edición. México D.F.: Prentice Hall, 2005.

LEÓN, C.,. *Evaluación de inversiones: un enfoque privado y social*. Madrid: Martínez Coll. , 2002.

Longenecker. *Administración de pequeñas empresas*. México: Cengage, 2006.

Ministerio Coordinador. *16 de octubre. Día mundial de la alimentación*. 16 de Octubre de 2014.  
<<http://www.desarrollosocial.gob.ec/16-de-octubre-dia-mundial-de-la-alimentacion/>>.

Ministerio de Economía, Fomento y Turismo de Chile. *Uso de las TICs en los emprendimientos*. Santiago de Chile: MEFT, 2014.

Ministerio de Salud del Ecuador. *Campaña en prevención del sobrepeso y obesidad*. 2014.  
<[www.salud.gob.ec/](http://www.salud.gob.ec/)>.

Ministerio de Salud Pública; Instituto Nacional de Estadísticas y Censos. *Encuesta Nacional de Salud y Nutrición*. Poblacional. MSP, INEC. Quito, 2013.

Ministerio del Deporte. *Ecuador Ejercítate*. 09 de abril de 2015.  
<<http://www.deporte.gob.ec/ecuador-ejercitate-vuelve-en-todo-el-pais/>>.

—. *La mujer ecuatoriana*. 2014. <[www.deporte.gob.ec/](http://www.deporte.gob.ec/)>.

MIRANDA, J. *Gestión de proyectos*. 5ª Edición. . Bogotá: MM Editores, 2005.

MUÑOZ Guerrero, Mario.,. *Perfil de la Factibilidad*. 1ª Edición. Quito: Master's Editores, 2004.

Muñoz, Guerrero, Mario. *Perfil de la Factibilidad*. 1ª Edición. Quito: Master's Editores, 2004.

OMS. *Recomendaciones mundiales sobre actividad física para la salud*. Ginebra: OMS, 2010.

Presidencia de la República. *La estabilidad política de Ecuador atrae las inversiones extranjeras*. 30 de Marzo de 2015. <<http://www.presidencia.gob.ec/la-estabilidad-politica-de-ecuador-atrae-las-inversiones-extranjeras/>>.

PROECUADOR. *Boletín de Comercio Exterior*. Quito: PROECUADOR, 2015.

Real Academia de la Lengua. *Diccionario*. Madrid: OSCU, 2010.

Rentería, Dianne. *Plan de empresa santuario centro holístico estética & spa en la ciudad de Santiago de Cali*. Cali: Universidad Autónoma de Occidente, 2012.

Rivera, J. y M. De Garcillán. *Dirección de marketing: fundamentos y aplicaciones*. Madrid, España: Esic Editorial, 2008.

Sapag, Nassir.,. *Preparación y evaluación de proyectos*. México: McGraw Hill, 2005.

Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo. *Buen vivir*. 2013.  
<<http://www.buenvivir.gob.ec/objetivo-3.-mejorar-la-calidad-de-vida-de-la-poblacion#tabs2>>.

Soriano, Claudio. *El Marketing Mix. 2ª Edición*. Madrid: Ediciones Díaz de Santos, 2006.

Spencer, Milton. *Economía Contemporánea; 6ª Edición*. Barcelona.: Reverté, 2006.

Varela, María Teresa; Duarte, Carolina; Salazar, Isabel Cristina; Lema, Luisa Fernanda;

Tamayo, Julián Andrés. *Actividad física y sedentarismo en jóvenes universitarios de Colombia: prácticas, motivos y recursos para realizarlas*. Bogotá: Colombia Médica, 2011.

Yoga Wind. *La holística*. 2012. <<http://www.enigmaymisterios.com/holistica.htm>>.

Zambrano, Danny. *Certificación instructor baileactivo*. Quito: Baile Activo, 2015.

## **ANEXOS**



## Anexo 1. Formato de la encuesta

### IMPLEMENTACIÓN DE UN CENTRO HOLÍSTICO



Buenos días somos estudiantes de la Escuela de Negocios de “El Pacífico”, al momento estamos realizando nuestro proyecto de tesis para lo cual solicitamos su colaboración llenando esta encuesta. Marque con una X en el casillero correspondiente a su respuesta

**EDAD** \_\_\_\_\_

**SEXO**    M\_\_\_\_ F\_\_\_\_

**NIVEL DE EDUCACIÓN:** \_\_\_\_\_

**ESTADO CIVIL:** \_\_\_\_\_

**LUGAR DE LA ENCUESTA:** \_\_\_\_\_

**NIVEL DE INGRESOS:** \_\_\_\_\_

1. ¿Conoce usted de la existencia de algún centro holístico en la ciudad de Quito?

Si

No

2. ¿Conoce usted los servicios que presta un Centro Holístico?

Si

No

3. ¿Estaría de acuerdo con la creación de un centro holístico que ofrece alternativas diferentes a las que ya conoce?

Si

No

4. ¿Le gustaría contar con un Centro holístico que le ofrezca (por favor señale las alternativas que sean de su preferencia)?

Anti gimnasia

El yoga

Tai Chi	<input type="checkbox"/>	Gimnasia Psicofísica	<input type="checkbox"/>
Gimnasia Zen	<input type="checkbox"/>	Bioenergética	<input type="checkbox"/>
Gestalt	<input type="checkbox"/>	Técnicas de respiración	<input type="checkbox"/>
Asesoramiento nutricional	<input type="checkbox"/>	Bailoterapia	<input type="checkbox"/>
Pilates	<input type="checkbox"/>		

5. ¿Cuántos días le gustaría pasar en el centro holístico para tomar alguna de las terapias alternativas arriba señaladas?

Solo el fin de semana	<input type="checkbox"/>	3 - 4 días	<input type="checkbox"/>
1 semana	<input type="checkbox"/>	Más de una semana	<input type="checkbox"/>

6. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por cada terapia del centro holístico?

Entre 25 y 30 dólares	<input type="checkbox"/>	Entre 45 y 60 dólares	<input type="checkbox"/>
Entre 35 y 40 dólares	<input type="checkbox"/>		

7. ¿Porque medios de comunicación le gustaría conocer los servicios que ofrece el Centro holístico?

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

8. ¿Qué radio escucha usted con más frecuencia?

Canela	<input type="checkbox"/>	La Otra	<input type="checkbox"/>	Zaracay	<input type="checkbox"/>
La Rumbera	<input type="checkbox"/>	Améric	<input type="checkbox"/>	La Bruja	<input type="checkbox"/>
Francisco estéreo	<input type="checkbox"/>				

9. ¿Visita con frecuencia la web en busca de servicios?

Si	<input type="checkbox"/>
No	<input type="checkbox"/>

## Anexo 2. Crecimiento sector servicio

