

María Rosa Matovelle Ochoa

María Fernanda Solis Ulloa

**ANÁLISIS DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DEL
CENTRO DE MASAJES AYURVÉDICOS AJAIB EN LA CIUDAD DE
AZOGUES**

Plan del Trabajo de Conclusión de Carrera (TCC) presentado como requisito para la obtención del Grado en Ingeniería Comercial de la Facultad de Negocios, especialización mayor Negocios Internacionales, especialización menor Marketing

UNIVERSIDAD DEL PACIFICO

Cuenca, 2012

MATOVELLE OCHOA, María Rosa. & SOLIS ULLOA, María Fernanda., Centro de Masajes Ayurvédicos Ajaib. Cuenca: UPACIFICO, 2012, 125p. Director: Alex Cordero (Trabajo de Conclusión de Carrera-TCC presentado a La Facultad de Negocios de La Universidad Del Pacífico).

Resumen: Centro de Masajes Ayurvédicos Ajaib, es un centro creado por dos estudiantes de la Universidad Del Pacífico, como un negocio. Funcionó en la ciudad de Azogues por un año, siendo los primeros en brindar este tipo de servicio. Por medio de esta tesis se evidencia la factibilidad y el funcionamiento del Centro de Masajes Ayurvédicos Ajaib, conteniendo un minucioso análisis financiero. Todos los datos que contiene esta tesis son reales.

Palabras claves: Ayurvéda, Vata, Pitta, Kapha

DECLARACION DE AUDITORIA

CENTRO DE MASAJES AYURVEDICOS AJAIB

Nosotras, María Rosa Matovelle Ochoa y María Fernanda Solis Ulloa, declaramos ser las autoras exclusivas del presente trabajo de conclusión de carrera.

Todos los efectos académicos y legales que se desprendieren de la misma son de nuestras responsabilidades.

Por medio del presente documento cedo a nuestros derechos de autor a la Universidad Del Pacífico para que pueda hacer uso del texto completo de la tesis a titulo "Centro de Masajes Ayurvédicos Ajaib" con fines académicos y/o de investigación.

María Rosa Matovelle Ochoa
.....

María Fernanda Solis Ulloa
.....

Cuenca, 2012

CERTIFICACION

CENTRO DE MASAJES AYURVEDICOS AJAIB

Yo, Alex Cordero Vinueza docente de la Facultad de Ingeniería Comercial de la Universidad Del Pacífico como Director de la presente tesis, certifico que las señoritas, María Rosa Matovelle Ochoa y María Fernanda Solís Ulloa, egresadas de esta institución, son autoras exclusivas del presente trabajo, el mismo que es auténtico, original e inédito.

A handwritten signature in blue ink, appearing to be 'A. Cordero', written over a horizontal dotted line.

Cuenca, 2012

DOCUMENTO DE CONFIDENCIALIDAD

CENTRO DE MASAJES AYURVEDICOS AJAIB

Al presentar esta tesis como uno de los requisitos previos para la obtención del grado de Ingeniera Comercial de la Universidad Del Pacífico, autorizo a la Biblioteca de la Universidad para que haga de esta tesis un documento disponible para su lectura.

Estamos de acuerdo en que se realice cualquier copia de esta tesis dentro de las regulaciones de la universidad según como dictamina la L.O.E.S. 2010 Art.144.

Cuatro copias digitales, de esta tesis de grado quedan en custodia de la Universidad Del Pacífico, las mismas que podrán ser utilizadas para fines académicos y de investigación.

.....
W. Webster

Ing. Oswaldo Webster

Pro Rector (E) Universidad Del Pacifico cede Cuenca

Cuenca, 2012

AGRADECIMIENTOS

A todas las personas que participaron e hicieron posible la realización de este proyecto, en especial a nuestro director quien nos orientó y guio durante la elaboración y a la Dra. Lucila Matovelle por brindarnos toda la información que fue requerida.

INDICE

CAPITULO I

I. INTRODUCCION

I.A. Generalidades	3
I.B. Definición del Problema	9
I.C. Objetivos del Proyecto	10
I.C.1. Objetivo General	10
I.C.2. Objetivos Específicos	10
I.D. Justificación	11
I.D.1. Metodología	12
I.E. Definiciones	13
I.F. Marco Legal	19

CAPITULO II

II. ANALISIS DE LA OFERTA

II.A. Oferta en las ciudades de Azogues y Cuenca	21
II.B. Técnicas utilizadas en la actualidad	24
II.B.1. Insumos	27

CAPITULO III

III. ANALISIS DEL MERCADO

III.A. Análisis PEST	29
III.A.1. Político	29
III.A.2. Económico	30
III.A.3. Social	31
III.A.4. Tecnológico	32
III.B. Identificación del mercado potencial	33
III.C. Selección del Target	34
III.D. Cinco fuerzas de PORTER	36
III.E. Matriz BCG (Boston Consulting Group)	39
III.F. Análisis VRIO	40
III.G. Análisis FODA	41

CAPITULO IV

IV. MARKETING

IV.A. Encuesta	43
IV.A.1. Tabulación de Datos	44
IV.B. Especificaciones del servicio	52
IV.B.1. Ubicación	52

IV.B.2. Horario de atención	52
IV.B.3. Tipos de Masajes	52
IV.B.4. Insumos	54
IV.B.5. Técnicas del servicio	54
IV.C. Precio	55
IV.D. Promoción	56

CAPITULO V

V. CONSTITUCION Y DESCRIPCION DE LA EMPRESA

V.A. Marco Legal	57
V.A.1. Requisitos	57
V.B. Directrices de la empresa	58
V.B.1. Misión	58
V.B.2. Visión	58
V.B.3. Valores	59
V.B.4. Objetivos	59
V.C. Estructura Interna	60
V.D. Análisis y Valoración de Puestos	60
V.E. Sistema de Compensaciones y Remuneraciones	62

CAPITULO VI

VI. ANALISIS FINANCIERO

VI.A. Presupuestos y Proyecciones	64
VI.A.1. Proyección para 1 año	64
VI.A.2. Proyección para 5 años	70
VI.B. Estados Financieros Proyectados	80
VI.B.1. Estado de Situación Inicial	80
VI.B.2. Estado de Resultados	81
VI.B.3. Flujo de Caja	82
VI.B.4. Estado de Situación Final	83
VI.C. Cálculo de la Tasa Interna de Retorno: TIR	84
VI.D. Cálculo de Valor Actual Neto: VAN	84
VI.E. Análisis Financiero Real	85
VI.E.1. Estado de Situación Inicial	91
VI.E.2. Estado de Resultados	92
VI.E.3. Flujo de Caja	93
VI.E.4. Estado de Situación Final	94
VI.E.5. Ratios Financieros	95

BITACORA	96
INFORME	97
CONCLUSIONES	98
RECOMENDACIONES	100
BIBLIOGRAFIA	101
ANEXOS	106

INDICE DE FIGURAS

Figura 1	5
-----------------	----------

Figura 2	23
Figura 3	24
Figura 4	24
Figura 5	25
Figura 6	25
Figura 7	25
Figura 8	26
Figura 9	26
Figura 10	26
Figura 11	37
Figura 12	39
Figura 13	44
Figura 14	45
Figura 15	46
Figura 16	47
Figura 17	48
Figura 18	49
Figura 19	50

Figuras 20 **51**

Figura 21 **60**

IINDICE DE TABLAS

Tabla 1 **5**

Tabla 2 **8**

Tabla 3 **21**

Tabla 4 **22**

Tabla 5 **23**

Tabla 6 **33**

Tabla 7 **36**

Tabla 8 **40**

Tabla 9 **44**

Tabla 10 **45**

Tabla 11 **46**

Tabla 12 **47**

Tabla 13 **48**

Tabla 14 **49**

Tabla 15	50
Tabla 16	51
Tabla 17	54
Tabla 18	62

CAPITULO I

I. INTRODUCCION

La presente investigación, hace referencia al análisis de factibilidad para la implementación del centro de masajes ayurvédicos Ajaib en la ciudad de Azogues, especializándose en brindar un servicio innovador y personalizado, el cual se puede definir como un servicio que ayudará aliviar dolencias físicas y a mejorar la calidad de vida de las personas.

La técnica que se utilizará, será la de los masajes Ayurvédicos, que permiten percibir, interpretar y modificar las señales de mal funcionamiento del cuerpo. También ésta, engloba el conocimiento de la vida, el estilo de vida, la cultura y los principios, superando no solamente las enfermedades, sino promoviendo la salud y manteniendo un bienestar físico, permitiendo un equilibrio entre el cuerpo y alma.

Es necesario mencionar la falta de conocimiento de este tema en la sociedad, ya que no existe ningún medio que transmita esta técnica, por lo que será necesario, generar una cultura de conocimiento.

Para comenzar con esta investigación, analizaremos los conceptos básicos de la medicina Ayurvédica y los objetivos que esperamos cumplir con la investigación. Después, se realizará un análisis de la oferta de las ciudades de Azogues y Cuenca, al igual que un análisis del mercado. Además, se dará a conocer sobre las especificaciones del servicio, como estará constituida la

empresa y finalmente, se realizará un análisis financiero para obtener los resultados de este proyecto.

HISTORIA Y ANTECEDENTES

La Ayurveda nace en tiempos antiguos de oscuridad, donde existían siete sabios, conocidos como los Rishis, estos sabios, se los llamaban así porque eran personas videntes y al no soportar ver el sufrimiento de las personas, deciden ir donde un dios llamado Brahma, este dios, era reconocido como el eminente de la jerarquía de la mitología hindú, pidiéndole la liberación de insatisfacción y dolor de la humanidad. Brahma, siendo el soberano de los mundos, sabio y responsable, decide transmitir todas las enseñanzas para que la humanidad lleve una vida en sintonía tanto con la naturaleza, como con las leyes del cosmos, y así ayudar a que las personas sintieran la verdadera felicidad.

Los Rishis, recibieron por medio de la meditación estas enseñanzas llamadas, ciencia de la Ayurveda, a su vez ellos lo transmitieron de manera oral. Con el paso de los años, los Rishis decidieron evitar que esta sabiduría se pierda y la transcribieron en los cuatro grandes libros védicos de la milenaria tradición hindú.

A lo largo del período medieval de la India, empieza a interferir la política haciendo que el desarrollo de la Ayurveda se detenga, ya que en esa época solo se fomentaba el conocimiento médico europeo. Las nuevas generaciones de devotos, deciden practicarla clandestinamente, para evitar que se pierda sus tradiciones. A pesar de que la Ayurveda no era aceptada en esa época, ésta contribuyó generosamente para la medicina occidental.

I.A. Generalidades

Hoy en día, muchas personas tienen problemas con su salud, debido al estilo de vida que se tiene; siendo el estrés, la mala alimentación y la vida agitada, los factores predominantes que afectan al ser humano. Por lo que las personas buscan la manera de equilibrar su cuerpo y mantener un mejor estilo de vida, mejorando así su salud. (Estrategias de Prevención y Seguridad del Estrés Laboral en el Personal de Salud del Seguro Social Campesino, Marcacyaya. Jatun, 2007, 7-9).

Según Swami Joythimayananda, al momento en el que se rompe el equilibrio del cuerpo, aparece la enfermedad y el organismo empieza a lanzar señales de mal funcionamiento, permitiendo a las personas buscar las causas de este desequilibrio, utilizando nuevas técnicas de curación debido a que las utilizadas actualmente no satisfacen las necesidades de los pacientes (11,12).

La Ayurveda, es el primer sistema médico que plantea que el ser humano se encuentra integrado por cuerpo, mente y espíritu y que a su vez se encuentran relacionados entre sí.

La medicina ayurvédica sustenta las siguientes teorías:

- Teoría de cinco elementos: éter, aire, fuego, agua y tierra.
- Teoría de las cualidades: diez pares de características.
- Teoría de las tres gunas: satvas, rajás y tamás.
- Teoría de la tridosha o los tres tipos corporales: vata, pitta y kapha.

Teoría de cinco elementos

Los cinco elementos se encuentran relacionados con los cinco sentidos innatos del ser humano según el médico Jorge Luis Berra, estos son:

- Éter o Espacio

“Es el campo o el espacio en que la materia existe.”

Este elemento, se encuentra relacionado con la audición, ya que es el medio por el cual se transmite la onda sonora.

- Aire

“Representa el estado gaseoso de la materia.”

Se encuentra relacionado con el tacto, siendo su órgano de percepción la piel y el órgano de acción la mano.

- Fuego

“Es el poder para cambiar el estado de cualquier sustancia.”

Se relaciona con la vista, donde su órgano de percepción son los ojos y el órgano de acción son los pies.

- Agua

“Representa la materia en estado líquido.”

El ser humano la puede percibir mediante el gusto, por lo que la lengua es el órgano sensorial.

- Tierra

“Es la materia en estado sólido.”

Está relacionado con el sentido de percepción del olfato, siendo el órgano de acción la nariz (26-30)

Figura 1 Cinco Elementos



Teoría De Las Cualidades

El Ayurveda, dentro de la teoría de las cualidades, considera los siguientes atributos:

Tabla 1 Cualidades

	PESADO	LIVIANO
Temperatura	Calor	Frío
Hidratación o Suavidad	Húmedo o untuoso	Seco

Intensidad	Apagado	Intenso
Fluidez	Estable	Móvil
Consistencia o rigidez	Blando	Duro
Adherencia	Pegajoso	Claro
Textura	Suave	Áspero
Viscosidad	Sólido	Líquido
Densidad	Grueso	Sutil

Fuente: Berra, Jorge Luis. Ayurveda: Una medicina milenaria al servicio del cuerpo, la mente y el espíritu. Buenos Aires, Paidós, 2009. 31.

Teoría De Las Tres Gunas

En esta teoría, se habla que las gunas señalan las diferencias individuales que posee cada ser humano, siendo éstas: las predisposiciones psicológicas y morales, las reacciones ante el medio ambiente y en las relaciones interpersonales.

También se dice, que las cualidades mentales representadas por satvas, rajás y tamás, se relacionan con el pensamiento, palabra y acción.

Por lo tanto, “Según las cualidades que tenga la actividad mental de cada persona, se clasificarán como: sátvica, es decir que predomina el equilibrio, rajásica, predomina la actividad y tamásica, predomina la inercia” (Jorge Luis Berra 32).

Teoría De La Tridosha O Los Tres Tipos Corporales

“El término dosha, en sánscrito significa, aquello que decae, defecto e imperfección”, significando en español, da lugar a la raíz del problema (Jorge Luis Berra 33,34).

La tridosha se estudia de dos formas:

1. Como fuerzas dóshicas.
2. Como constitución dóshica corporal.

✓ **Fuerzas dóshicas**

En las fuerzas dóshicas, vata, pitta y kapha, son energías y fuerzas básicas que interactúan y se encuentran presentes en el organismo de todos los seres humanos y todo lo que constituye el universo.

- Vata: expresión de la fuerza de movimiento.
- Pitta: expresión de la transformación.
- Kapha: expresión de la estabilidad.

Se dice que la constitución dóshica o mente-cuerpo de cada ser humano, se encuentra predominada por una o dos de estas fuerzas, por lo que cada dosha está formada por dos elementos y así se formará el equilibrio.

- Vata = éter + aire
- Pitta = fuego + agua

- Kapha = agua + tierra

✓ **Constitución dóshica corporal**

Tabla 2 Tipos de Constituciones Corporales

VATA	PITTA	KAPHA
Flaca y liviana.	Constitución mediana.	Constitución corporal grande.
Mente creativa.	Intelecto ágil, entusiasta y agudo.	Contextura suave y llena.
Activa e inquieta.	Gran apetito, con buena digestión.	Naturaleza metódica y reflexiva.
Dieta y sueños variables.	Sed importantes.	Sueño profundo y prolongado.
Venas y tendones prominentes.	Transpiración fácil.	
Piel y pelo seco.	Extremidades calientes.	
Ansiedad e insomnio como tendencias innatas frente al estrés.	Ira e irritabilidad frente al estrés.	Calmada y tranquila frente al estrés.
Aspectos psicológicos: equilibrada, buen nivel de energía, se adopta con flexibilidad de acuerdo ante las distintas situaciones de la vida, iniciativa.	Aspectos psicológicos: equilibrada, se destaca por su inteligencia, carácter amistoso y cálido, valiente ante las dificultades, buenos líderes.	Aspectos psicológicos: se contenta con lo que tiene, amorosa y afectiva en las relaciones,

Fuente: Berra, Jorge Luis. Ayurveda: Una medicina milenaria al servicio del cuerpo, la mente y el espíritu. Buenos Aires, Paidós, 2009. 49, 50, 51.

La diferencia de este nuevo centro, con los centros ya existentes, es que estos masajes son curativos, ya que antes de realizar el masaje, el paciente será evaluado medicamente para

después asignar el tipo de masaje que se requiere, dependiendo del desequilibrio que se encontró en su organismo.

Existen algunos sistemas de Masajes Ayurvédicos, por lo que este centro se especializará principalmente en el sistema de Masajes Abyangam y Masajes Shantala.

El sistema de Masajes Abyangam consiste, en la aplicación de aceite medicado en todo el cuerpo, con movimientos circulares, ascendentes, técnicas de fricción, amasamiento, golpeteo con el que se activa puntos energéticos que ayudan a regular diferentes órganos y sistemas, entre ellos: el sistema nervioso, sistema inmunológico, sistema circulatorio y sistema linfático, diferenciándose así de un masaje que solo tiene como finalidad la relajación.

II.B. Definición Del Problema

En la actualidad, las personas se encuentran expuestas a mayores problemas en su salud, ya que existe un alto porcentaje de enfermedades en las personas que viven en las ciudades de Azogues y Cuenca. Por lo que se realizará una investigación sobre las causas que generan el aumento de mal estar en las personas. Una de las razones más probables para estos efectos, sería la mala alimentación, el estrés y el estilo de vida.

Al no existir, en la ciudad de Azogues, centros de masajes especializados en esta técnica, en donde las personas tengan la opción de acudir a nuevas alternativas de tratamiento para aliviar sus dolencias físicas, se tomó la decisión de crear un centro en el cual las personas

puedan encontrar este tipo de servicio, con el propósito de cumplir con las expectativas que tiene cada una de ellas, ya que los centros en la actualidad no las satisfacen.

I.C. Objetivos Del Proyecto

I.C.1. Objetivo General

Implementar el servicio de masajes Ayurvédicos en la ciudad de Azogues, analizando el mercado, para brindar un servicio en donde las personas puedan encontrar una nueva opción para tratar sus problemas de salud.

I.C.2. Objetivos Específicos

- Fundamentar el marco teórico, conceptualizando términos ayurvédicos, económicos y estadísticos.
- Conocer el asesoramiento técnico o investigativo para el correcto funcionamiento del centro e investigar cuales son los requerimientos legales.
- Investigar como está siendo atendida la demanda actual en el campo de centros de masajes.
- Identificar el segmento de potenciales clientes para este proyecto.
- Saber como aplicar las estrategias de marketing dentro de este campo.
- Implementar una adecuada estructura organizacional para este tipo de empresa.
- Conocer los resultados financieros del proyecto.

- Validar la propuesta de implementación de este centro por medio de los resultados obtenidos al finalizar el proyecto.

I.D. Justificación

Después de haber realizado un análisis en los consultorios, La Primavera, de los doctores; Patricio Matovelle, Silvia Ochoa y Daniel Núñez, tenemos como resultado que las enfermedades están muy relacionadas con el estrés, la mala alimentación y el estilo de vida que lleva cada una de las personas.

Una gran parte de las personas, sufren trastornos físicos, por lo que hemos visto necesario la creación de un centro de masajes, en el que los pacientes tengan una alternativa en donde puedan aliviar sus dolencias físicas y relajarse, por lo que este centro se encontrará en un ambiente natural y fuera de la ciudad, ayudando al paciente a alejarse del estrés y mejorar su calidad de vida, por lo que se decidió que el centro se establecerá en la ciudad de Azogues.

Mediante este proyecto también se dará a conocer esta nueva técnica a utilizarse, tanto en la ciudad de Azogues como de Cuenca.

Este proyecto es factible de realizarse dado que contamos con el apoyo de los doctores de los consultorios “La Primavera”, ya que han accedido a facilitarnos su base de datos, y como el centro estará estrechamente relacionado con los consultorios, será más fácil que los clientes accedan a la utilización de este nuevo servicio.

El tema que trataremos en esta tesis, le interesa a la Universidad del Pacifico, ya que el proyecto que realizaremos es un proyecto de emprendimiento, basado en un tema nuevo que no ha sido tratado anteriormente, y en el que podremos demostrar cómo podemos aplicar todos los conocimientos adquiridos en el transcurso de la carrera.

I.D.1. Metodología

En este proyecto, se utilizarán algunos métodos, que nos facilitará el desarrollo de la misma. Los métodos a utilizarse son: cinco fuerzas de PORTER, PEST (factor político, económico, social, tecnológico), BCG/ Mckinsey, VRIO (valioso, raro, ilimitable, organización), los cuales nos servirán como herramienta para la realización del análisis FODA.

El modelo PEST, nos ayudará analizar los factores políticos, económicos, sociales y tecnológicos que puedan afectar a nuestro proyecto, permitiéndonos conocer el entorno en el que se va a desarrollar la empresa.

Las cinco fuerzas de PORTER, nos ayudará a determinar la rentabilidad del proyecto en el mercado, evaluando los objetivos y recursos, frente a las cinco fuerzas que son, Primero, amenazas de entrada de nuevos competidores. Segundo, la rivalidad entre los competidores. Tercero, poder de negociación de los proveedores. Cuarto, poder de negociación de los compradores. Cinco, amenaza de riesgo de servicios sustitutos.

La matriz BCG (Bosting Consulting Group), nos servirá para realizar un análisis interno de la empresa, ayudando a garantizar la competitividad empresarial, logrando la eficacia en el ámbito en el que se desarrollará.

El análisis VRIO, nos ayudará a determinar las cualidades del servicio que brindaremos dentro de la empresa y ventajas que estas cualidades tendrán frente a la competencia.

En el análisis FODA, se trabajará con toda la información que se pueda obtener del proyecto, como son las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas, y de esta manera evaluar las características tanto internas como externas del proyecto, relacionándolas con el entorno en el que se va a desarrollar

I.E. Definiciones

Para un mejor entendimiento del tema, es necesario conceptualizar algunos términos que serán utilizados a lo largo del proyecto.

- **Masajes**

Según Santos Sastre Fernández, masajes es conceptualizado como “El conjunto de movimientos manuales o mecánicos, movilizándolo de manera metódica los tejidos o segmentos con fines terapéuticos, estéticos, higiénicos o deportivos” (91).

Estamos de acuerdo con el concepto anterior ya que consideramos al masaje como la acción de colocar las manos presionando o frotando la zona del cuerpo que se encuentra afectada, permitiendo que cese la molestia. Hemos podido poner en práctica este concepto, ya que el principal servicio que se brinda en el centro es el de masaje Ayurvédico.

- **Ayurveda:**

Según Kathy Von Korff, la palabra Ayurveda viene del idioma sánscrito, antigua lengua de la India, significando: “**Ayur:** vida, longevidad y **Veda:** ciencia, conocimiento, donde su traducción se entiende como la Ciencia de la buena vida” (15).

- **Masaje Ayurvédico**

Masaje Ayurvédico, “Es un tipo de masaje de cuerpo duro de la antigua India. Utiliza los puntos de presión, los aceites, y la filosofía ayurvédica para proporcionar una experiencia relajante y saludable” (Foros sobre terapias alternativas, párr. 61).

- **Shantala**

“Masaje terapéutico que se originó en la India y que consisten en realizar movimientos sobre la piel del bebé” (Masajista terapéutico, párr. 1).

- **Abyangam**

Según Swami Joythimayananda, es un masaje Ayurvédico, que se compone de cuatro partes, siendo estas: masajes, aplicaciones de aceites, manipulaciones y estimulaciones (10).

- **Vedas**

“Antiguos libros de sabiduría de la India” (Robert Svoboda 10).

- **Paciente**

“Persona que padece físicamente y que, por lo tanto, se encuentra bajo atención médica” (Definición, párr. 2).

- ✓ A continuación, explicaremos algunos conceptos para una mejor comprensión de las Teorías de Marketing que utilizaremos dentro del proyecto.

- **Proyecto**

“Herramienta o instrumento que busca recopilar, crear, analizar en forma sistemática un conjunto de datos y antecedentes, para la obtención de resultados esperados. Es de gran importancia porque permite organizar el entorno de trabajo” (Promonegocio.net, párr. 3).

- **Marketing**

“Es el conjunto de actividades necesarias para convertir el poder de compra en demanda efectiva de bienes y servicios.

Técnica mediante la cual, las empresas satisfacen las necesidades, los deseos y las expectativas de los consumidores, suministrándoles los productos y/o servicios que necesitan, respondiendo, de esta forma, a la demanda del mercado y obteniendo un beneficio y rentabilidad para la empresa” (La gestión del marketing 23,24).

El marketing, también puede ser entendido, como el arte de satisfacer las necesidades de los clientes, podemos decir que este concepto se aplica a nuestro proyecto ya que por medio de este nuevo servicio se intentara satisfacer las necesidades de salud de las personas.

- **Servicio**

“Son actos, procesos y desempeños proporcionados o coproducidos por una entidad o persona para otra entidad o persona” (Marketing de Servicios 4)

Los servicios, pueden ser actos y desempeños tangibles e intangibles.

- **Satisfacción**

“El grado en que el rendimiento percibido de un cliente se ajusta a las expectativas del comprador” (Principios de Marketing 16).

- **Demanda**

"Es el deseo que se tiene de un determinado producto pero que está respaldado por una capacidad de pago" (Dirección de Marketing 10).

"Las cantidades de un producto que los consumidores están dispuestos a comprar a los posibles precios del mercado" (Mercadotecnia 240)

- **Necesidades**

“En el marketing, las necesidades humanas se le entienden como el estado de privación percibida. Estas incluyen necesidades físicas básicas, necesidades sociales de pertenencia y afecto, necesidades individuales de conocimientos y expresión personal” (Principios de Marketing 6).

- **Precio**

“Es la cantidad de dinero que se cobra por un producto o servicio. En términos más amplios, el precio es la suma de los valores que los consumidores dan a cambio de los beneficios de tener o usar el producto o servicio" (Fundamentos de Marketing 353).

- **Promoción**

"Es el componente que se utiliza para persuadir e informar al mercado sobre los productos de una empresa" (Marketing 39).

- **Mercado**

"Es el conjunto de compradores actuales y potenciales de un servicio o producto" (Principios de Marketing 9).

- ✓ Se detallará también, conceptos utilizados dentro de las Teorías Administrativas, en las que se basará el desarrollo del proyecto.

- **Empresa**

"Entidad que mediante la organización de elementos humanos, materiales, técnicos y financieros proporciona bienes o servicios a cambio de un precio que le permite la reposición de los recursos empleados y la consecución de objetivos determinados" (Prácticas de la Gestión Empresarial 3).

- **Administración**

"Es el proceso llevado a cabo por uno o más individuos para coordinar las actividades de otros y así lograr resultados que no serían posibles si un individuo actuara solo" (Fundamentos de Dirección y Administración de Empresas 5).

- **Emprendimiento**

“Proviene del francés entrepreneur, que significa, pionero, y se refiere a la capacidad de una persona para hacer un esfuerzo adicional por alcanzar una meta u objetivo, siendo utilizada también para referirse a la persona que iniciaba una nueva empresa o proyecto” (Gerencie.com, párr. 2).

- **Recurso Humano**

“Conjunto de trabajadores o empleados que forman parte de una empresa o institución que se caracterizan por desempeñar una variada lista de tareas específicas a cada sector en la empresa” (Definición ABC, párr. 1).

- **Contabilidad Financiera**

“Rama de la contabilidad que atiende las necesidades de aquellas personas externas a la empresa que toman decisiones, como accionistas, proveedores, bancos y organismos gubernamentales” (Introducción a la Contabilidad Financiera 4).

✓ En el desarrollo del proyecto se utilizarán también términos estadísticos como son:

- **Población**

“Es la recolección completa de todas las observaciones de interés para el investigador” (Estadística aplicada a los Negocios y la Economía 8).

- **Muestra**

“Es una parte representativa de la población que se selecciona para ser estudiada ya que la población es demasiado grande como para analizarla en su totalidad” (Estadística aplicada a los Negocios y la Economía 9).

I.F. MARCO LEGAL

Según la Ley Orgánica del Sistema Nacional de Salud, se considera que “la salud es un derecho fundamental de las personas y una condición esencial del desarrollo de los pueblos” (Conasa.gob.ec, pág.1).

Según el artículo 4 de la Ley Orgánica del Sistema Nacional de Salud, también se dice que, el Sistema Nacional de Salud, está regido por los siguientes principios: equidad, calidad, eficiencia, participación, pluralidad, solidaridad, universalidad, descentralización, autonomía. (Conasa.gob.ec, pág.2).

En Ecuador, el órgano encargado de regular y brindar una cobertura al acceso a los servicios de salud para los ecuatorianos de forma equitativa, es el Consejo Nacional de Salud, el mismo que tiene como visión controlar y erradicar enfermedades, alcanzando una cobertura nacional.(Ministerio de salud Publica. Marco General de la Reforma estructural de la Salud en el Ecuador).

Además, el Consejo Nacional de Salud, tiene como finalidad, mejorar el nivel de salud y vida de los ecuatorianos y a su vez hacer efectivo el derecho a la salud. También, El Consejo

Nacional de Salud, establece mecanismos que permiten la equidad y solidaridad de los recursos financieros tanto en los grupos sociales, de provincias y como de cantones en el país.

Según la Constitución Política de la República del Ecuador, capítulo 4, art.42, “El Estado garantizará el derecho a la salud, su promoción y protección por medio del desarrollo de la seguridad alimentaria, la provisión de agua potable y saneamiento básico, el fomento de ambientes saludables en lo familiar, laboral y comunitario y la posibilidad de acceso permanente e ininterrumpido a los servicios de salud, conforme a los principios de equidad, universalidad, solidaridad, calidad y eficacia”(sección IV de la salud).

CAPITULO II

II. ANALISIS DE LA OFERTA

II.A. Oferta en las Ciudades de Azogues y Cuenca

En los siguientes cuadros, se muestra la oferta que existe en la actualidad de este tipo de servicio, o servicios similares que pueden ser nuestra competencia indirecta.

A continuación, podemos observar el total de establecimientos que existe en la ciudad de Azogues, donde se establecerá el proyecto.

Tabla 3: Descripción de la competencia actual en la ciudad de Azogues 2011

NOMBRE	SERVICIOS	DIRECCION
Virna Salazar	Bailo terapia	Parque Infantil
Energym	Gimnasio, Aeróbicos	Marginal al Rio
Doriam	Gimnasio	Bolívar y 10 de Agosto
Hércules	Gimnasio, máquinas	24 de Mayo y General Enríquez
RC	Gimnasio, Steps	Sucre y Matovelle

Fuente: Investigación realizada por las autoras.

De este total de establecimientos que existe en la ciudad de Azogues, hemos realizado una depuración de los datos y llegamos a la conclusión de que nuestro proyecto no tiene competencia directa, ya que los servicios que se brindará, son distintos a los que se ofrecen en los centros ya existentes en el mercado.

Por otra parte, en el siguiente cuadro, detallaremos los centros que existen en la ciudad de Cuenca, ya que en un futuro se espera abrir un centro en esta ciudad. Los servicios que prestan cada uno de los establecimientos son:

Tabla 4: Descripción de la competencia actual en la ciudad de Cuenca 2011

NOMBRE	SERVICIOS	DIRECCION
Academia de natación Durán Durán	Gimnasio, aeróbicos, danza árabe, pesas, máquinas, masajes, piscina, sauna, turco.	Guayas 4-90 y Remigio Crespo
Gimnasio Femenino Lady	Aeróbicos, gimnasio, steps, bailo terapia	Alfonso Cordero y M. Cordero Dávila
Gimnasio Fox Gym Center	Pesas, spinning, aeróbicos, masajes corporal y facial, rehabilitación terapia natural, Bailo terapia	Av. Ordoñez Lazo 6-200
Gimnasio Iván Moscoso	Aeróbicos, taebo, fit ball, máquinas, sala de masajes,	Miguel Moreno 5-55 y Roberto Crespo
Dimensión Mujer	Bailo terapia, Fitness pole, Spa, Salón de Belleza	10 de Agosto
Body Care Spa	Spa (masajes), gimnasio	Circunvalación Sur y Subida a Turi.
Bio Spa	Spa (masajes)	Sucre 16-81 y Miguel Heredia
Piedra de Agua	Spa (masajes)	Sector de Baños
Estética Facial y Corporal de Katy Moscoso	Spa (masajes)	Gonzalo Cordero 31-29 y Agustín Cueva
Vida Spa	Spa (masajes)	Remigio Tamariz 4-91 y Remigio Romero

Fuente: Investigación realizada por las autoras.

En resumen, la competencia indirecta para este negocio, se clasificó de acuerdo a los servicios sustitutos que se brinda en la actualidad, por los que se podrían remplazar los servicios a brindar en el “Centro de Masajes Ayurvédicos Ajaib”

A continuación, se detallará una lista de algunos de los servicios sustitutos.

- Bailoterapia
- Aeróbicos
- Gimnasios
- Spas

Los servicios sustitutos anteriormente mencionados, los agrupamos en 2 categorías:

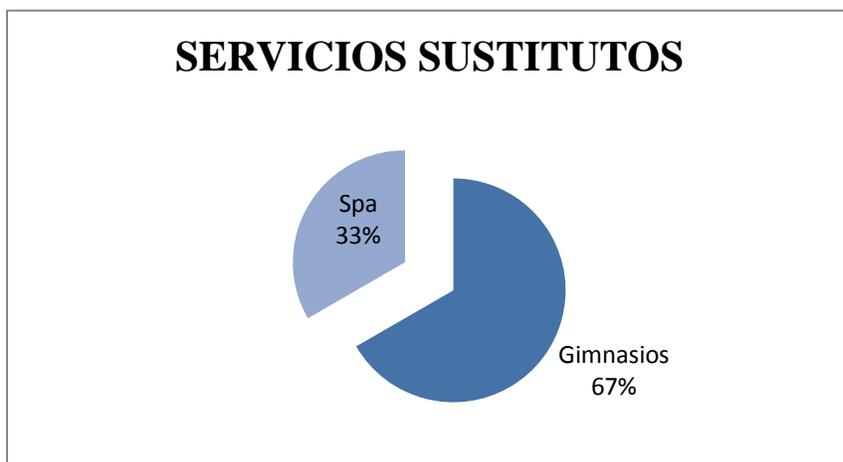
- Gimnasios: Bailo terapia, aeróbicos
- Spas: masajes

Tabla 5: Análisis porcentual de los servicios sustitutos

	TOTAL	Porcentaje
Gimnasios	10	67%
Spa	5	33%
	15	100%

Fuente: Investigación realizada por las autoras.

Figura 2



En este gráfico, observamos que los servicios sustitutos con mayor representación en el mercado, son los gimnasios teniendo un 67% en comparación con los spa que representa un 33% del total de establecimientos que existen en estas 2 ciudades, por lo que podemos decir, que existe mayor tendencia a la utilización de los servicios que prestan los gimnasios.

II.B. Técnicas Utilizadas en la Actualidad

En la actualidad, se utilizan distintas técnicas de masajes que benefician a la salud y ayudan a controlar el estrés en las personas.

- Masaje Circulatorio: Activa el flujo sanguíneo y ayuda a eliminar toxinas del cuerpo.

Figura 3



- Masaje de Drenaje linfático: Favorece el funcionamiento del sistema linfático.

Figura 4



- Masaje Estético: Trata defectos estéticos del cuerpo.

Figura 5



- Masaje Relajante: Este tipo de masaje intenta descargar toda la tensión acumulada en el paciente.

Figura 6



- Fango terapia: Ayuda a la renovación de células y la oxigenación, con la aplicación de extractos nutritivos siendo estas algas marinas o fango termal.

Figura 7



- Pulido corporal: Exfoliación en todo el cuerpo para eliminar células muertas.

Figura 8



- Masaje Reductor: Actúan sobre el tejido conjuntivo y ayudan a mejorar la irrigación, el drenaje linfático y venoso, permitiendo movilizar la grasa acumulada y así moldear el cuerpo.

Figura 9



- Masajes Terapéuticos: Mejoran la circulación, contribuyendo a la recuperación de la movilidad y reducción de las dolencias.

Figura 10



II.B.1. Insumos

Después de haber realizado una investigación en los centros de masajes que brindan servicios similares al nuestro, logramos realizar una lista de los insumos más utilizados en este tipo de servicio.

Los insumos más utilizados son:

- Fragancias para el ambiente
- Aceites
- Esencias aromáticas
- Piedras calientes y frías

A continuación, detallaremos los aceites y fragancias más utilizadas en la actualidad.

- Eucalipto: se usa en vaporizaciones y baños, para aliviar la congestión nasal y respiratoria, dolores musculares y fatiga.
- Geranio: es un aceite fundamental para tratar el estrés y el acné.
- Jazmín: tiene propiedades relajantes por lo que se utiliza en masajes faciales y relajantes.
- Lavanda: tiene propiedades anti-inflamatorias, se usa para tratar el estrés en vaporizaciones y masajes.
- Manzanilla: tiene un efecto sedante, se utiliza en vaporizaciones, masajes y mascarillas faciales.
- Pino: se utiliza principalmente en masajes y vaporizaciones para aliviar dolores musculares.

Podemos concluir diciendo, que los insumos que utiliza la competencia, son completamente diferentes a los que se utilizará en el centro, ya que ninguno de los aceites mencionados anteriormente, coinciden con los que se utilizará. Por otra parte, las técnicas que utiliza la competencia, son similares a las del centro, pero el objetivo del masaje es diferente, ya que el masaje Ayurvédico tiene como finalidad mejorar la salud del paciente, tanto física como emocional.

CAPITULO III

III. ANALISIS DEL MERCADO

III.A. Análisis P.E.S.T.

En este punto, se analizará factores que puedan afectar o beneficiar el entorno en el que se desarrollará nuestro proyecto, estos factores pueden ser: políticos, económicos, sociales y tecnológicos.

A continuación, se detalla cada uno de estos factores relacionados con la medicina tradicional, tomando en cuenta el entorno en el que nos encontramos.

III.A.1. Político

De acuerdo a las investigaciones realizadas por medio de la lectura de varios artículos del Ministerio de Salud Pública del Ecuador, se pudo percibir que no existe una ley que prohíba la práctica de la medicina tradicional en el Ecuador, esto se debe a que no toda la población tiene acceso a la medicina farmacéutica o científica debido a su alto costo, y a que existen pueblos muy alejados de las ciudades principales en donde se encuentran los centros de salud, por lo que se sigue practicando la medicina tradicional.

Por lo tanto, no se ha podido establecer una ley sobre este tipo de medicina, ya que ésta debería contener una serie de temas como por ejemplo: la legislación y regulación de productos a base de hierbas, la práctica de terapias, licencias para los proveedores de este tipo de productos, investigación y desarrollo, etc.

En la actualidad, la política que se está utilizando para mejorar la práctica de la medicina tradicional, es la exigencia de la atención sanitaria segura y eficaz disponible, permitiendo que los pacientes y consumidores se sientan confiados tanto del servicio que recibe como de sus productos.

La Organización Mundial de la Salud, ha intentado regular de alguna manera la práctica de la medicina tradicional en cada uno de los países miembros de la misma, para lo que se ha puesto como objetivo implementar políticas que se basen en la cultura y las creencias de cada uno de los países. Como estos factores son distintos en cada país no se puede establecer una sola ley general.

III.A.2. Económico

La salud es un derecho del ser humano, pero por motivos económicos o por la situación actual del país, no todas las personas tienen las posibilidades para acceder a la medicina farmacéutica o científica, por lo que en la actualidad la medicina tradicional tiene gran acogida debido a los bajos costos.

Según investigaciones realizadas, se concluye que, en los hogares ecuatorianos se gasta o se destina para la salud un promedio \$81,00 mensual (Expreso.ec, párr.1).

En la actualidad, no solo en el Ecuador se ha dado una gran acogida de la medicina tradicional sino en otros lugares del mundo como es: África un 80% de la población la utiliza, en EEUU un 48% de la población se ha sometido a un tratamiento de medicina alternativa y sigue en aumento según estudios realizados por la OMS. Esto debido a la situación económica, a la

idiosincrasia, las costumbres y cultura de cada país (Estrategias de la OMS sobre Medicina Tradicional 11).

III.A.3. Social

Todas las actividades de nuestra vida están condicionadas por la cultura y la sociedad en la que nos desenvolvemos, moldeando de esta manera la conducta de cada uno de los individuos. Es por esta razón, que cada sociedad mantiene formas distintas de percepción de la salud y la enfermedad.

Por lo que podemos decir, que la cultura, la sociedad y las tradiciones especialmente en nuestro país tienen gran influencia en lo que es la utilización de la medicina tradicional, ya que el propio gobierno está incentivando la conservación de lo propio y de esta manera evitar la influencia de lo extranjero.

En el Ecuador, la población es atendida en sector de la salud en varios establecimientos, distribuidos de la siguiente manera: El Ministerio de Salud Pública atiende a un 28% de la población, el sector privado al 20%, la Seguridad social al 10%, el Seguro Social Campesino al 8%, la Junta de Beneficencia y SOLCA al 15%, las Fuerzas Armadas al 1%, los seguros privados al 1%. Por lo que el 27% restante de la población no tiene acceso a los servicios de salud y es tratada por medio de la medicina tradicional o popular (ecuador.nutrinet.org, párr. 8).

III.A.4. Tecnológico

Dentro de la medicina tradicional, no se ha podido observar ningún avance tecnológico, como se puede ver en la medicina moderna, en la que existen avances como nuevos medicamentos, equipos, nuevos estudios que mejoran la práctica de este tipo de medicina.

La medicina tradicional, es considerada como una costumbre, una tradición en cada sociedad, en cada país o región, por lo que no existen investigaciones ni avances tecnológicos dentro de la misma, por tal razón, se sigue practicando de la misma manera como se la hacía en la antigüedad.

Después de haber realizado todas las investigaciones para el análisis P.E.S.T, llegamos a la conclusión de que la mayoría de estos factores son beneficiosos, ya que en el ámbito político no existe ninguna restricción para implementación de este tipo de negocios. De acuerdo a la economía del país, también es beneficioso ya que la gente muchas de las veces no tiene las posibilidades económicas de someterse a tratamientos de la medicina moderna por lo que son más costosos que los de la medicina tradicional. En el ámbito social, también es un beneficio ya que nuestro país tiene una cultura muy conservadora y apegada a las tradiciones, por lo que es beneficioso para nosotros. En lo tecnológico, no ha tenido muchos avances ya que es considerado como una tradición, por lo que no existen estudios ni avances para este tipo de medicina, pero si existieran cambiarían el sentido. Cada uno de estos factores, pueden ser considerados ventajosos para la implementación de nuestro proyecto.

III.B. Identificación Del Mercado Potencial

Según la pirámide de Maslow, todas las personas, para alcanzar la autorealización deben satisfacer una serie de necesidades.

El servicio que brinda nuestro centro, se encuentra situado en el segundo nivel de la pirámide, después de cumplir con el nivel de necesidades fisiológicas. En el nivel de seguridad, siendo éste el segundo nivel, se encuentran necesidades tales como seguridad física, de empleo, familiares y salud. Por lo que podemos decir que las personas tienden a buscar servicios con los que puedan satisfacer estas necesidades.

En este punto de la investigación, se intentará determinar si existe un número suficiente de consumidores para nuestro servicio, buscando así una demanda que justifique la inversión para el desarrollo del proyecto.

Tomando como referencia la base de datos de los consultorios “La Primavera”, se estima que existe una población de 3.000 pacientes que ya utilizan el servicio que brindan los doctores especializados en medicina alternativa, por lo que es mas posible persuadir a las mismas para la utilización del nuevo servicio, ya que se encuentran familiarizados con este tipo de medicina.

Tabla 6 Número Total de Pacientes Actual

RANGO DE EDADES	# DE PACIENTES	PORCENTAJE	TIPOS DE MASAJES
2 a 5 años	150	5%	Shantala
6 a 10 años	531	18%	Shantala

11 a 19 años	295	10%	Abyangam
20 a 50 años	1390	46%	Abyangam
51 a 70 años	634	21%	Abyangam
TOTAL PACIENTES	3000	100%	

Fuente: Consultorios la Primavera.

Las personas que acuden a este tipo de servicio, se encuentran en un rango promedio de edades entre 2 a 70 años, siendo éstos hombres y mujeres, que mantengan un ingreso familiar superior a \$580, sabiendo que con este se cubre el valor de la canasta básica. (ANEXO 1)

Estas personas, se encuentran en un nivel socio económico, medio y medio bajo, con un nivel educativo de primaria y secundaria completa, que no cuentan con un seguro de salud privado, pero pueden contar con el seguro de salud pública. También, éstas pertenecen a una cultura donde se mantiene las tradiciones, es decir, que utilizan la medicina tradicional o popular, por lo que están mas dispuestas a utilizar este servicio.

III.C. Selección del Target

Una vez establecido el mercado potencial al que nos vamos a dirigir, realizamos una depuración de datos, por medio de una entrevista realizada a la Dra. Lucila Matovelle, para obtener un segmento de mercado más pequeño y específico y así poder establecer el target al cual estarán dirigidos todos nuestros esfuerzos y planes de marketing.

Los resultados obtenidos de esta entrevista, fueron que las enfermedades más comunes a tratar por medio de esta técnica son:

- Nerviosismo
- Insomnio
- Sobrepeso
- Estreñimiento
- Problemas Articulares
- Caída del cabello
- Piel reseca
- Desarrollo Psicomotriz (niños)

Por lo que llegamos a la conclusión, de que el target específico para nuestro servicio son todas las personas que padezcan de estos tipos de enfermedades.

Nuestro target estará clasificado en dos grupos:

- Mercado Primario: Son los padres o las personas que toman la decisión de compra para los pacientes entre 6 a 10 años, y los pacientes que se encuentren entre los 20 a 50 años de edad.
- Mercado Secundario: Son todos los pacientes que se encuentran en un rango de 6 a 10 años de edad, que utilizan el servicio sin tomar la decisión de compra.

Los pacientes que están dentro de este target, deberán cumplir con las siguientes características:

- Deberán estar en un rango de edades de 6 a 10 años, y entre 20 a 50 años de edad, ya que entre 6 a 10 años representa un 18% de la población, utilizando el masaje Shantala, y entre 20 y 50 años, representa un 46% de la población que utilizarían el masaje Abyangam, por lo que nos enfocaremos en estos 2 rangos de edades.
- Que se encuentre en un nivel socio económico entre C- y C+. (ANEXO 2). Representando el nivel socio económico medio y medio bajo, cubriendo el valor de la canasta básica familiar teniendo el valor de \$580.

A continuación detallaremos la clasificación de nuestros clientes por edades:

Tabla 7 Número de Pacientes que podrían ser tratados por medio de ésta técnica.

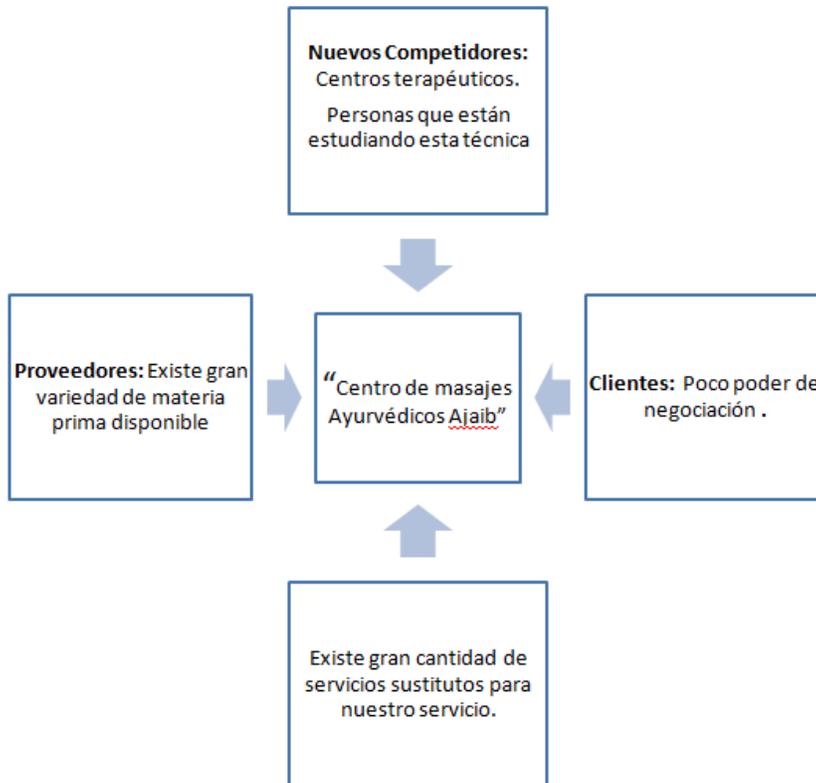
RANGO DE EDADES	# DE PACIENTES	TIPO DE MASAJES
6 a 10 años	531	Shantala
20 a 50 años	1390	Abyangam
TOTAL PACIENTE	1921	

Fuente: Consultorios la Primavera

III.D. Cinco Fuerzas De Porter

Por medio del análisis de las cinco fuerzas de Porter, podremos conocer las ventajas de nuestro servicio, establecer y analizar estrategias que nos ayuden a brindar un servicio de calidad que satisfaga las necesidades de nuestros pacientes y así genere rentabilidad.

Figura 11 Análisis PORTER



Rivalidad entre Empresas Competidoras: En la actualidad nuestro proyecto no tiene competencia directa, ya que en ninguno de los centros que existen se brinda el servicio de masajes Ayurvédicos.

A pesar de no existir competencia para este tipo de servicio, no dejaremos de utilizar estrategias que generen ventajas competitivas. Las estrategias que utilizaremos para este proyecto serán:

- Ofrecer un servicio de calidad, contando con especialistas en esta rama de la medicina.
- Precios accesibles, para los pacientes.

- El local en donde se brindará este servicio, estará ubicado en un lugar alejado del centro de la ciudad.

Nuevos Competidores: Hoy en día, el mercado está siendo competitivo en todos los ámbitos, y este no es la excepción, por lo que se debe estar pendiente del ingreso de nuevos competidores que puedan afectar a nuestro proyecto.

En este caso los posibles nuevos competidores serian:

- Los centros terapéuticos que implemente la utilización de esta técnica.
- Las personas que están adquiriendo conocimientos sobre esta técnica, ya que podrían crear nuevos centros en donde se brinde este tipo de tratamiento.

Servicios Sustitutos: En este campo existe una gran variedad de productos sustitutos, entre los que podemos enumerar:

- Bailoterapia
- Aeróbicos
- Gimnasios
- Spas

Poder de Negociación de los Proveedores: La materia prima que se utilizará para brindar este tipo de servicio, es natural, ya que no tiene un nivel de elaboración alto, siendo fácil de conseguirlos en el mercado, por lo que los precios de los insumos no serán representativos para el costo total del servicio.

Poder de Negociación de los Cliente: Los clientes para este proyecto, tienen un bajo nivel de negociación, ya que el servicio que brindamos es innovador y no existe en la actualidad, por lo que los clientes no tienen otras alternativas de compra.

III.E. BCG (Boston Consulting Group)

Esta herramienta, nos ayudará a clasificar las oportunidades de inversión, tomando en cuenta el crecimiento y la participación del mercado que tenga cada una de las áreas de la empresa.

Figura 12 Diagrama BCG



Para la realización de esta matriz, se analizará al nuevo servicio, desde 4 perspectivas.

Al nuevo servicio de masajes ayurvédicos, no se le puede considerar como un producto estrella, ya que éste no está posicionado en el mercado, por lo tanto no tiene alta participación. Tampoco, se le puede considerar como producto vaca lechera, ya que éstos, deberían ser productos con alta participación y poco crecimiento en el mercado. En el producto perro, no se puede situar, porque este tipo de productos, son productos que han alcanzado la madurez y tienen baja competitividad, ofreciendo pocos beneficios a las empresas. Por lo que concluimos, que nuestro servicio es considerado como el Producto interrogante, ya que tiene baja participación de

mercado, debido a que es un nuevo servicio que no se lo conoce, pero que a su vez puede tener alta tasa de crecimiento en el mercado.

III.F. Análisis VRIO

Este tipo de análisis nos ayuda a determinar las ventajas competitivas del proyecto, por medio de cuatro características que se debe cumplir.

Estas características son:

- Valioso: Nos permite minimizar las amenazas y aprovechar las oportunidades.
- Raro: Escaso, no todos los competidores cuentan con el mismo recurso.
- Inimitable: Único, difícil de copiar.
- Organización: Distribución adecuada de los recursos y capacidades.

Tabla 8 Análisis VRIO

RECURSOS	V	R	I	O
Contamos con personal adecuado y especializado en el tema.	✓	✓	✓	✓
El servicio se brindará en un ambiente de relajación.	✓			
La ubicación estará alejado del centro la ciudad, pero de fácil acceso.	✓			

Pioneros en el mercado, brindando un servicio innovador.	✓	✓	✓	✓
El servicio se complementará con dietas ayurvédicas que son de conocimiento de los especialistas.	✓	✓	✓	✓
Aplicación de un insumo llamado GHEE, que es elaborado por uno de los especialistas.		✓	✓	✓
La empresa se complementa con otros servicios relacionados como son, la venta de productos naturales y la consulta médica.	✓	✓	✓	✓

III.G. Análisis FODA

Para la realización del análisis FODA, tomaremos en cuenta todos los métodos utilizados anteriormente, y así determinar las ventajas competitivas del proyecto.

Fortalezas

- ✓ No existe competencia directa actualmente.
- ✓ Contamos con personal especializado.
- ✓ Costos bajos, ya que los insumos utilizados no son muy elaborados.
- ✓ El servicio se complementará con dietas ayurvédicas.
- ✓ Utilización de un producto elaborado por los especialistas
- ✓ Propiedades curativas de los insumos utilizados y la técnica a aplicarse en los masajes.
- ✓ Costo bajo

- ✓ Servicio innovador.

Oportunidades

- ✓ No existe restricciones para la práctica de la medicina natural.
- ✓ Apoyo del gobierno para la conservación de la cultura.
- ✓ Mercado nuevo, incremento de la participación de mercado.

Debilidades

- ✓ No existe avances tecnológicos.
- ✓ Servicio nuevo y se necesita tiempo para lograr un buen posicionamiento en el mercado.

Amenazas

- ✓ Influencia de culturas extranjeras.
- ✓ Entrada de nuevos competidores.
- ✓ Diversidad de servicios sustitutos.
- ✓ Falta de conocimiento del servicio en la sociedad en general.

CAPITULO IV

IV. MARKETING

IV.A. Encuesta

Para el desarrollo de este capítulo, realizamos una encuesta a los pacientes que se encuentran dentro del target identificado en el capítulo anterior, y así determinar los gustos, necesidades y preferencias de cada uno de ellos.

Una vez determinado la población total para el estudio, siendo este un total de 1.921 pacientes, fue necesario determinar una muestra representativa mediante la siguiente fórmula:

$$n = \frac{Z^2 \cdot p \cdot q \cdot N}{Ne^2 + Z^2 \cdot p \cdot q}$$

$$n = \frac{(1,96^2) \cdot (0,5) \cdot (0,5) \cdot (1.921)}{(1.921) \cdot (0,05^2) + (1,96^2) \cdot (0,5 - 0,5)}$$

$$n = \frac{(3,8416) \cdot (480,25)}{(1.921) \cdot (0,0025) + (3,8416) \cdot (0)}$$

$$n = \frac{1.844,93}{4,8025 + 3,8416}$$

$$n = \frac{1.844,93}{8,6441}$$

$$n = 213,43$$

Después del cálculo realizado, obtuvimos como resultado que el número de pacientes a ser encuestados son de 214 personas.

IV.A.1. Tabulación de Datos

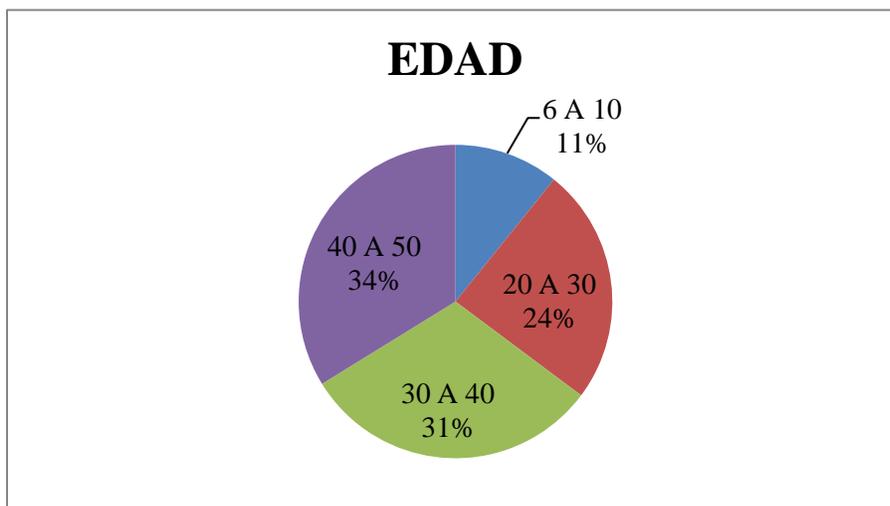
Los resultados obtenidos de las encuestas, nos ayudarán a brindar un servicio de calidad, acoplándose a las necesidades de cada uno de los pacientes. (Anexo 3).

Resultados

Tabla 9 EDAD

EDAD	TOTAL	PORCENTAJE
6 A 10	24	11%
20 A 30	52	24%
30 A 40	66	31%
40 A 50	72	34%
	214	100%

Figura 13

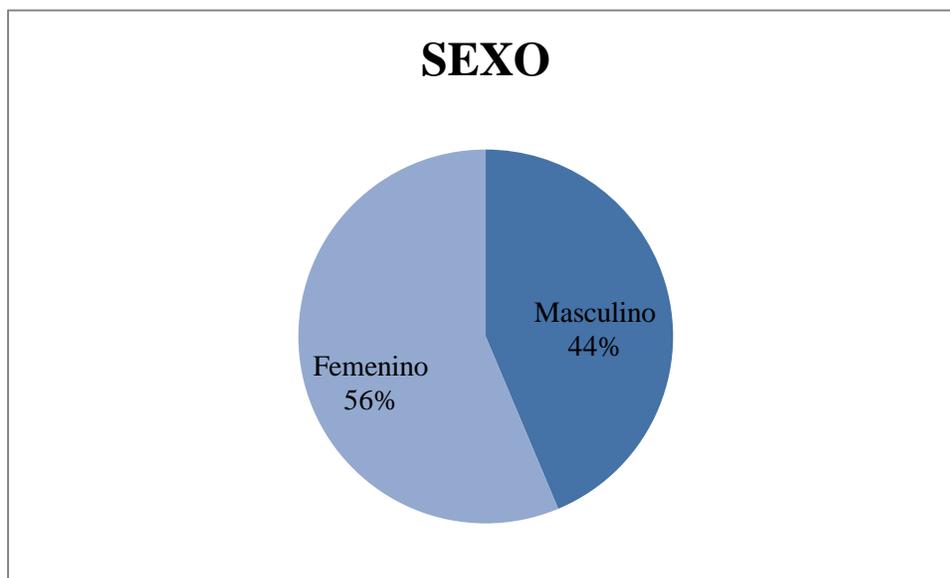


En este gráfico, podemos observar que los pacientes entre 6 y 10 años de edad representan un 11% del total de personas encuestadas, las personas de 20 a 30 años el 24%, de 30 a 40 años el 31% y las personas entre 40 y 50 años el 34%, por lo que podemos concluir, que las personas que más utilizarían nuestro servicio, son las personas entre 30 a 50 años ya que estas representan el 65%.

Tabla 10 SEXO

SEXO	TOTAL	PORCENTAJE
Masculino	94	44%
Femenino	120	56%
	214	100%

Figura 14



En el gráfico anterior, se puede ver que la mayor parte de las personas que fueron encuestadas son mujeres ya que estas representan el 56% en comparación con los hombres que

representan un 44%, por lo que llegamos a la conclusión de que tanto mujeres como hombres utilizarían este servicio ya que no tienen una diferencia significativa.

Tabla 11 OCUPACION

OCUPACION	TOTAL	PORCENTAJE
Ama de casa	50	23%
Comerciante	62	29%
Estudiante	30	14%
Profesor	32	15%
Otros	40	19%
	<u>214</u>	<u>100%</u>

Figura 15



En el gráfico anterior, se observa los porcentajes de las profesiones que ejercen las personas encuestadas, representando los comerciantes y amas de casa un 29% y 23% respectivamente, seguidos por otras profesiones que representan el 19%, profesores con un 15% y estudiantes con el 14%, concluyendo que los principales usuarios de este servicio serán los comerciante y las amas de casa.

Tabla 12 ¿HA ESCUCHADO SOBRE LOS MASAJES AYURVEDICOS?

SI	18	8%
NO	196	92%
	214	100%

Figura 16

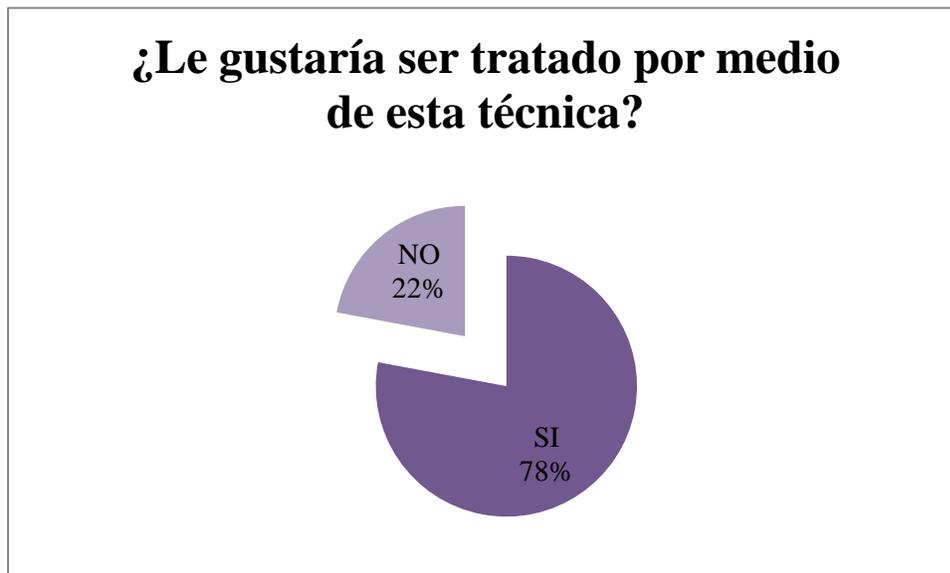


Con los resultados de la encuesta realizada, concluimos que la mayor parte de las personas encuestadas, no conocen sobre las técnicas de masajes ayurvédicos, ya que éste representa el 92% frente a un 8% que si ha escuchado sobre esta técnica, por lo que tendríamos que plantear una estrategia de marketing por medio de la cual se dé a conocer sobre esta nueva técnica.

Tabla 13 ¿LE GUSTARIA SER TRATADO POR MEDIO DE ESTA TECNICA?

SI	167	78%
NO	47	22%
	214	100%

Figura 17



En el gráfico anterior, podemos ver que el 78% de las personas encuestadas están dispuestas a ser atendidas por medio de esta técnica, pero existe un 22% que no estaría dispuesto a utilizarla, llegando a la conclusión de que existe un mercado amplio en el que se pueda desarrollar el proyecto.

Las personas que dijeron que si les gustaría ser tratadas por medio de esta técnica, argumentaron que están de acuerdo ya que ésta podría ayudar a mejorar su calidad de vida y salud. Los encuestados que dijeron que no, explicaron que no se tratarían por medio de esta técnica ya que no conocían de la misma.

Tabla 14 ¿QUE TIEMPO LE GUSTARIA QUE DURE EL MASAJE?

DURACION	TOTAL	PORCENTAJE
30min - 45min	148	69%
45min - 1 Hr.	66	31%
	214	100%

Figura 18

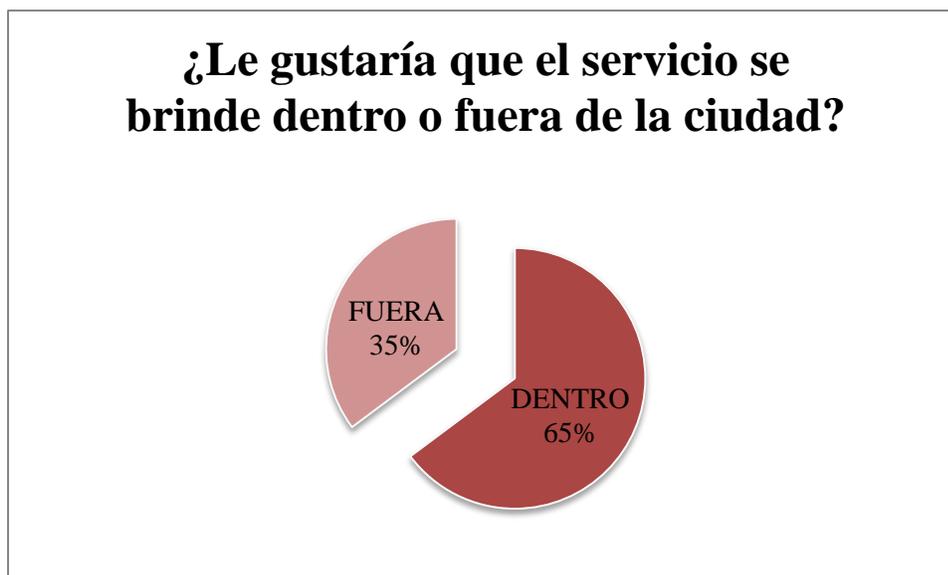


De la información anterior, podemos concluir diciendo que las personas encuestadas, están de acuerdo con que el masaje debería durar entre 30 y 45 minutos, representando éste un 69% frente a un 31% que estaría dispuesto a que el masaje dure entre 45 minutos a una hora.

Tabla 15 ¿LE GUSTARIA QUE EL SERVICIO SE BRINDE DENTRO O FUERA DE LA CIUDAD?

	TOTAL	PORCENTAJE
DENTRO	139	65%
FUERA	75	35%
	214	100%

Figura 19



En el cuadro anterior, podemos observar que un 35% de las personas está de acuerdo en que el centro debe estar ubicado fuera de la ciudad, mientras que un 65% no lo está.

Tabla 16 ¿CUANTO ESTARIA DISPUESTO A PAGAR POR ESTE SERVICIO?

PRECIO	TOTAL	PORCENTAJE
\$10 - \$15	79	37%
\$15 - \$20	88	41%
MAS DE \$20	47	22%
	214	100%

Figura 20



Con la información anterior, se pudo determinar el precio para el servicio, el 41% de las personas están dispuestas a pagar entre \$15 y \$20, siendo este el valor más representativo, mientras que un 37% estarían dispuestos a pagar entre \$10 y \$15 y solo un 20% pagaría más de \$20 por el servicio.

IV.B. Especificaciones Del Servicio

IV.B.1. Ubicación

Luego de analizar los resultados obtenidos de las encuestas realizadas a los pacientes, llegamos a la conclusión de que un 65% de las personas encuestadas prefieren que el centro este ubicado dentro de la ciudad, ya que no todos disponen de transporte para trasladarse fuera de la misma.

Por lo que se tomó la decisión de que en un futuro, el “Centro de Masajes Ayurvédicos Ajaib” podría estar ubicado en la ciudad de Cuenca.

En la actualidad, el Centro de Masajes Ayurvédicos Ajaib funciona en la ciudad de Azogues, en la Av. Eloy Alfaro s/n.

IV.B.2. Horario de Atención

El horario de atención en el que se brinda el servicio, consta de dos jornadas en la mañana de 8h30am a 13h00pm, y en la tarde de 15h00pm a 19h00pm. Pero a su vez, el horario es flexible y se puede adaptar a las necesidades de los pacientes.

IV.B.3. Tipos de Masajes

Dentro de los masajes Ayurvédicos existen varios tipos de masajes que dependen de las necesidades de cada uno de los pacientes, pero nuestro proyecto se especializa en dos tipos específicamente, Abyangam y Shantala.

Abyangam: Es una técnica en la que se utiliza la aplicación de aceite medicado en todo el cuerpo, éstos se medicarán de acuerdo al Dosha de cada paciente, teniendo como finalidad nutrir al cuerpo y mejorar su funcionamiento.

Dentro del masaje Abyangam, existen varios tratamientos que se deben utilizar dependiendo de la constitución, la condición y las necesidades de cada uno de los pacientes, este tratamiento será medicado por un especialista, entre estos se encuentran:

- Vatabyangam: Para personas de constitución Vata.
- Pitabyangam: Para personas de constitución Pita.
- Kapabyangam: Para personas de constitución Kapha.

Shantala: Es un masaje terapéutico para niños, que brinda una variedad de beneficios para su desarrollo y bienestar. Este tipo de masajes es muy importante dentro de un tratamiento basado en el Ayurveda. El objetivo de este tipo de tratamiento es corregir las afecciones que estén alterando la salud y el desarrollo del niño, algunas de las afecciones tratadas con este método son:

- Déficit de atención
- Retraso del crecimiento
- Patologías endocrinas como diabetes tipo1
- Obesidad

Algunos beneficios que brinda este tipo de masajes se enumeran a continuación:

- Estimula la motricidad
- Favorece la relajación
- Mejora la calidad del sueño

- Reduce la incidencia de cólicos y estreñimiento
- Genera seguridad emocional para el niño.

IV.B.4. Insumos

Para este tipo de masaje se utilizan insumos como los aceites; ya que la aplicación de éste en el cuerpo ayuda a nutrir la piel, relaja la mente, sensibiliza el sentido del tacto, ayuda en el proceso de purificación, eliminación de toxinas acumuladas y expulsando doshas alterados.

- Aceite de coco
- Aceite de ajonjolí
- Aceite de almendras
- Germen de trigo
- Aceite de ricino
- Ghee
- Aceite de sándalo

IV.B.5. Técnica Del Servicio

Tabla 17 Técnicas Del Nuevo Servicio

TIPO	TECNICA	INDICACIONES
Amasamiento digital	Utilizando la yema de los dedos se realiza movimientos en distintos sentidos.	Las zonas adecuados son: la frente, el cabello, las costillas, zona púbica, etc.

Amasamiento de martillo	Golpes suaves sin profundizar, estos golpes deben realizar con el puño cerrado.	Zonas de la espalda y hombros.
Amasamiento con nudillos	Se emplea los nudillos del dedo índice y pulgar, pellizcando rápidamente.	Estos masajes se realizan en la espalda, piernas y brazos.
Amasamiento con el puño	Con el puño cerrado presionar con los nudillos.	Zonas específicas de la espalda.
Amasamiento con los dos pulgares	Juntar los dos pulgares con un pedazo de piel y presionar	Vertebras, cerebrales e intercostales.
Golpeteos	Pequeños golpes con las manos en las zona que se va a masajear	Es un mecanismo de relajación muscular.
Fricción	Con esta técnica se intenta encontrar zonas profundas donde existan nudos, que desharemos con la yema de los dedos.	Alivia dolores dorsales y lumbares.

Fuente: Entrevista doctores.

IV.C. Precio

Para establecer el precio del nuevo servicio, se tomó en cuenta todos los costos fijos como variables, que pueden generar el brindar este tipo de servicio.

Los costos fijos y variables se detallarán respectivamente, al realizar el análisis financiero.

Para la determinación del precio se tomó en cuenta también los resultados obtenidos en la encuesta realizada, que nos dice que un 41% de los pacientes encuestados están de acuerdo en pagar \$20, por el servicio.

IV.D. Promoción

El plan de comunicación, que se desarrolla para promocionar el Centro de Masajes Ayurvédicos Ajaib, es por medio de publicidad en la radio; en la radio la voz del Tomebamba, repartición de hojas volantes en centros naturistas, boca a boca, y especialmente dando a conocer toda la información posible sobre esta nueva técnica a los pacientes. (Anexo 4).

CAPITULO V

V. CONSTITUCION Y DESCRIPCION DE LA EMPRESA

V.A. Marco Legal

V.A.1. Requisitos

Para la apertura del centro se tuvieron que realizar varios trámites legales para su buen funcionamiento:

- **Patente Municipal:**
 - Copia de la cédula del propietario o representante legal
 - Copia de la papeleta de votación
 - Formulario de la patente
 - Documento que permita identificar el predio donde se realizará la actividad económica.

- **Registro Único de Contribuyentes (RUC):** Este lo obtuvimos en el Servicio de Rentas Internas (SRI), con el cual se realizará las declaraciones mensuales del IVA. Los requisitos para obtener este documento son:
 - Copia de la cédula del solicitante o representante legal.
 - Copia del certificado de votación.
 - Copias de planillas de agua, luz y teléfono del local.

- **Permiso del Cuerpo de Bomberos**

- Inspección de instalaciones y de seguridades contra incendios realizada por el Cuerpo de Bomberos de la Ciudad.
- Presentar la factura de compra de extintores a nombre del propietario o representante legal.

V.B. Directrices de la Empresa

V.B.1. Misión

Nuestra misión, es brindar bienestar físico, mental y emocional, mediante la práctica de los masajes Ayurvédicos, ofreciendo un servicio de calidad con atención personalizada, permitiendo así la satisfacción de las necesidades de nuestros pacientes.

V.B.2. Visión

Nuestra Visión es llegar a ser el Centro Ayurvédico líder en la ciudad, manteniendo un continuo crecimiento, distinguiéndonos por ofrecer un servicio de alta calidad a nuestros pacientes. Permittiéndonos así proporcionar oportunidades de desarrollo profesional a nuestros empleados.

V.B.3. Valores

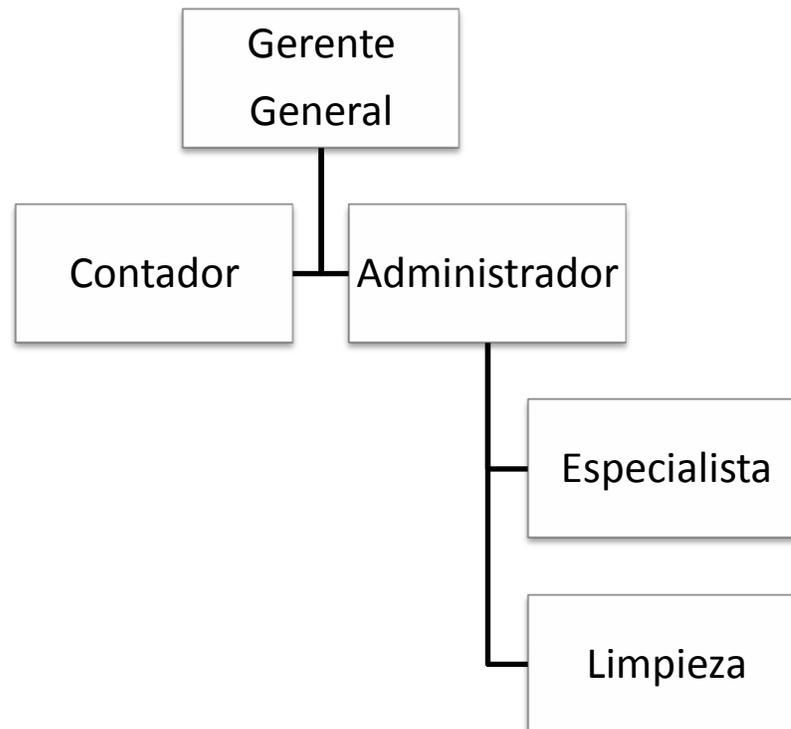
- Trabajar en Equipo, con un objetivo en común, apoyando el crecimiento de las personas ya sea personal o profesionalmente.
- Actuar con honestidad e integridad, en todas las actividades cotidianas de la empresa.
- Asegurar un trato cordial y justo para todas las personas, respetando las diferencias individuales.
- Estar comprometidos a brindar un servicio de calidad.
- Mantener siempre una comunicación abierta, proporcionando información clara y coherente.
- Estar dispuestos a entregarnos plenamente a las responsabilidades que nos son encomendadas, dando siempre lo mejor de nosotros.

V.B.4. Objetivos

- Ofrecer un servicio personalizado y de calidad, ya que los especialistas estarán siempre enfocados en las necesidades de cada paciente.
- Mantener siempre personal capacitado.
- Fomentar el conocimiento de la medicina Ayurvédica, como un beneficio para la salud y bienestar personal.
- Obtener mayor participación de mercado.

V.C. Estructura Interna de la Empresa

Figura 21 Organigrama de la Empresa



V.D. Análisis y Valoración de Puestos

Para un análisis adecuado de puestos dentro de la empresa, se necesita evaluar principalmente cuatro áreas indispensables para cualquier tipo de cargo a desempeñar. Estas cuatro áreas son:

- Requisitos intelectuales.
 - Educación
 - Experiencia

- Adaptabilidad al puesto
- Iniciativa
- Aptitudes

- Requisitos físicos
 - Esfuerzo físico.
 - Capacidad visual.
 - Destreza.

- Responsabilidades implícitas.
 - Supervisión de personal a cargo.
 - Herramientas, materiales o equipos.
 - Dinero, documentos, contratos, etc.
 - Contacto interno y externo.
 - Información confidencial.

- Condiciones de trabajo.
 - Ambiente de trabajo.
 - Riesgos

En la siguiente tabla, se explicará detalladamente los requerimientos que deberán cumplir cada una de las personas que forman parte de este centro.

Tabla 18 Análisis y Valoración de Puestos

Gerente	<ul style="list-style-type: none">• Educación superior• Experiencia de 3 años• Iniciativa• Destreza• Supervisión de personal a cargo• Información confidencial
Contador	<ul style="list-style-type: none">• Educación superior• Experiencia mínima de 2 años• Destreza• Información confidencial
Administrador	<ul style="list-style-type: none">• Educación superior• Experiencia mínima de 2 años• Iniciativa• Destreza• Supervisión de personal a cargo• Información confidencial
Especialista	<ul style="list-style-type: none">• Educación superior• Experiencia mínima de 1 año• Esfuerzo Físico• Destreza
Limpieza	<ul style="list-style-type: none">• Educación básica• Experiencia de 1 año• Adaptabilidad al puesto• Esfuerzo Físico• Destreza

V.E. Sistema de Compensaciones y Remuneraciones

Dentro de la empresa se lleva un sistema adecuado de remuneraciones, para, conservar y motivar a los trabajadores, garantizando la satisfacción de los empleados y a su vez obtener una fuerza de trabajo productiva.

Para establecer los salarios de cada uno de los colaboradores de la empresa, nos basamos en la información obtenida en el Ministerio de Relaciones Laborales, en la que se especifica los salarios por sectores. (Anexo 5)

Después de haber analizado el cuadro de remuneraciones sectoriales para el año 2012, concluimos que la remuneración básica de cada uno de los colaboradores del centro es de \$292,00.

Los salarios para cada cargo se establecieron de acuerdo a las políticas internas de la empresa, las responsabilidades y obligaciones que se deban cumplir en cada uno de ellos. Tanto el Gerente general como el Administrador, no recibirán un sueldo mensual específico ya que son socios de la empresa y sus ingresos serán de acuerdo a la rentabilidad generada. La empleada de limpieza trabaja solo medio tiempo, y en el caso del contador, no se tiene contrato fijo, sino trabaja por horas de servicios prestados. El especialista contará con un contrato por horas de trabajo, en el que se le cancelará de acuerdo al número de masajes que dé al mes.

Los salarios para cada uno de los cargos especificados anteriormente, se detallarán en el siguiente capítulo.

CAPITULO VI

VI. ANALISIS FIANCIERO

VI.A. Presupuestos y Proyecciones

VI.A.1. Proyección para 1 año

Sueldo Especialista		
Sueldo Básico	\$	500,00
Décimo Tercer	\$	41,67
Décimo Cuarto	\$	24,33
Aporte Patronal	\$	60,75
Aporte Personal	\$	46,75
Costo de la Empresa	\$	626,75
Líquido a Recibir	\$	453,25

Sueldo Limpieza		
Sueldo Básico	\$	150,00
Décimo Tercer	\$	12,50
Décimo Cuarto	\$	12,50
Aporte Patronal	\$	18,23
Aporte Personal	\$	14,03
Costo de la Empresa	\$	193,23
Líquido a Recibir	\$	135,98

Sueldo Contador		
Horas de Trabajo Mensual		12
Costo por hora	\$	5,00
Total	\$	60,00

Aporte Socios		
Teléfono (2)	\$	77,00
Sistema de Sonido (1)	\$	164,00
Computadora	\$	800,00
Escritorio (2)	\$	460,00
Sillas (6)	\$	140,00
Juego de Sala	\$	360,00
Letrero	\$	370,00
Camillas	\$	420,00
Recepción	\$	120,00
Aceites	\$	2.604,61
Total	\$	5.515,61

Gastos Administrativos		
Mat. Limpieza	\$	50,00
Mat. Oficina	\$	60,00
Pers. Limpieza	\$	2.318,70
Contador	\$	720,00
CD(3)	\$	15,00
Folleteria	\$	100,00
Arriendo	\$	3.640,00
Radio (Tomebamba)	\$	879,96
Total	\$	7.783,66

CALCULO DE GASTOS

Descripción	Inicial	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12	Total Anual
Mat. Limpieza	\$ -	\$ 20,00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 8,00	\$ -	\$ -	\$ 15,00	\$ -	\$ -	\$ 7,00	\$ -	\$ 50,00
Mat. Oficina	\$ -	\$ 20,00	\$ -	\$ -	\$ 5,00	\$ 10,00	\$ 5,00	\$ -	\$ 5,00	\$ 7,00	\$ -	\$ 8,00	\$ -	\$ 60,00
Pers. Limpieza	\$ -	\$ 193,23	\$ 193,23	\$ 193,23	\$ 193,23	\$ 193,23	\$ 193,23	\$ 193,23	\$ 193,23	\$ 193,23	\$ 193,23	\$ 193,23	\$ 193,23	\$ 2.318,70
Contador	\$ -	\$ 60,00	\$ 60,00	\$ 60,00	\$ 60,00	\$ 60,00	\$ 60,00	\$ 60,00	\$ 60,00	\$ 60,00	\$ 60,00	\$ 60,00	\$ 60,00	\$ 720,00
Folleteria	\$ -	\$ 50,00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 50,00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 100,00
Radio (Tomebamba)	\$ -	\$ 73,33	\$ 73,33	\$ 73,33	\$ 73,33	\$ 73,33	\$ 73,33	\$ 73,33	\$ 73,33	\$ 73,33	\$ 73,33	\$ 73,33	\$ 73,33	\$ 879,96
Arriendo	\$ 280,00	\$ 280,00	\$ 280,00	\$ 280,00	\$ 280,00	\$ 280,00	\$ 280,00	\$ 280,00	\$ 280,00	\$ 280,00	\$ 280,00	\$ 280,00	\$ 280,00	\$ 3.640,00
Total	\$ 280,00	\$ 696,56	\$ 606,56	\$ 606,56	\$ 611,56	\$ 624,56	\$ 611,56	\$ 606,56	\$ 676,56	\$ 613,56	\$ 606,56	\$ 621,56	\$ 606,56	\$ 7.768,66

En promedio por persona se utiliza 250 ml

250

Aceites	Precio	ml x botella	Costo x ml	Costo x mas
Aceite de Coco	\$ 23,00	1000	\$ 0,02	\$ 5,75
Aceite de Almendras	\$ 7,00	1000	\$ 0,01	\$ 1,75
Aceite de Trigo	\$ 2,80	250	\$ 0,01	\$ 2,80
Aceite de Ricino	\$ 0,60	84	\$ 0,01	\$ 1,79
Aceite de Sándalo	\$ 3,20	250	\$ 0,01	\$ 3,20
Ghee	\$ 4,00	500	\$ 0,01	\$ 2,00
Aceite de Ajonjolí	\$ 6,00	500	\$ 0,01	\$ 3,00

Tipo de Masaje	Mes1	Mes2	Mes3	Mes4	Mes5	Mes6	Mes7	Mes8	Mes9	Mes10	Mes11	Mes12	Total Anual
Vatabyangam (Almendra)	\$ 14,00	\$ 15,40	\$ 16,94	\$ 18,63	\$ 20,50	\$ 22,55	\$ 24,80	\$ 27,28	\$ 30,01	\$ 33,01	\$ 36,31	\$ 39,94	\$ 299,38
Vatabyangam (Trigo)	\$ 14,00	\$ 15,40	\$ 16,94	\$ 18,63	\$ 20,50	\$ 22,55	\$ 24,80	\$ 27,28	\$ 30,01	\$ 33,01	\$ 36,31	\$ 39,94	\$ 299,38
Pitabyangam (Ricino)	\$ 12,50	\$ 13,75	\$ 15,13	\$ 16,64	\$ 18,30	\$ 20,13	\$ 22,14	\$ 24,36	\$ 26,79	\$ 29,47	\$ 32,42	\$ 35,66	\$ 267,30
Pitabyangam (Coco)	\$ 34,50	\$ 37,95	\$ 41,75	\$ 45,92	\$ 50,51	\$ 55,56	\$ 61,12	\$ 67,23	\$ 73,95	\$ 81,35	\$ 89,48	\$ 98,43	\$ 737,76
Kapabyangam (Sándalo)	\$ 12,80	\$ 14,08	\$ 15,49	\$ 17,04	\$ 18,74	\$ 20,61	\$ 22,68	\$ 24,94	\$ 27,44	\$ 30,18	\$ 33,20	\$ 36,52	\$ 273,72
Kapabyangam (Ajonjolí)	\$ 24,00	\$ 26,40	\$ 29,04	\$ 31,94	\$ 35,14	\$ 38,65	\$ 42,52	\$ 46,77	\$ 51,45	\$ 56,59	\$ 62,25	\$ 68,47	\$ 513,22
Shantala (Ghee)	\$ 10,00	\$ 11,00	\$ 12,10	\$ 13,31	\$ 14,64	\$ 16,11	\$ 17,72	\$ 19,49	\$ 21,44	\$ 23,58	\$ 25,94	\$ 28,53	\$ 213,84
Total	\$ 121,80	\$ 133,98	\$ 147,38	\$ 162,12	\$ 178,33	\$ 196,16	\$ 215,78	\$ 237,35	\$ 261,09	\$ 287,20	\$ 315,92	\$ 347,51	\$ 2.604,61

Descripción	Cantidad	Valor Unt.	Total
Agua	1	\$ 12,00	\$ 12,00
Luz	1	\$ 12,00	\$ 12,00
Teléfono	1	\$ 10,00	\$ 10,00
Aceite de Coco	1	\$ 23,00	\$ 23,00
Aceite de Almendras	1	\$ 7,00	\$ 7,00
Aceite de Trigo	2	\$ 2,80	\$ 5,60
Aceite de Ricino	10	\$ 0,60	\$ 6,00
Aceite de Sándalo	4	\$ 3,20	\$ 12,80
Ghee	1	\$ 4,00	\$ 4,00
Aceite de Ajonjolí	2	\$ 6,00	\$ 12,00
Mantas	10	\$ 5,00	\$ 50,00
Camillas	2	\$ 210,00	\$ 420,00
Especialista	1	\$ 626,75	\$ 626,75

CIF			
Agua	\$	12,00	
Luz	\$	12,00	
Teléfono	\$	10,00	
Mantas	\$	4,17	
Camillas	\$	3,50	
	\$	41,67	\$ 0,54

MOD	Costo. Mensual	Costo x Masaje
Especialista	\$ 626,75	\$ 3,92

MPD	Costo. X Masaje
Aceite de Coco	\$ 5,75
Aceite de Almendras	\$ 1,75
Aceite de Trigo	\$ 2,80
Aceite de Ricino	\$ 1,79
Aceite de Sándalo	\$ 3,20
Ghee	\$ 2,00
Aceite de Ajonjolí	\$ 3,00

CENTRO DE MASAJES AYURVEDICOS AJAIB
COSTO POR MASAJE

Tipo de Masaje	ACEITES							CIF	MOD	Costo Total
	Almendras	Ajonjolí	Trigo	Sándalo	Ghee	Coco	Ricino			
Vatabyangam	\$ 1,75	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 0,54	\$ 3,92	\$ 6,21
Vatabyangam	\$ -	\$ -	\$ 2,80	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 0,54	\$ 3,92	\$ 7,26
Pitabyangam	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 1,79	\$ 0,54	\$ 3,92	\$ 6,25
Pitabyangam	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 5,75	\$ -	\$ 0,54	\$ 3,92	\$ 10,21
Kapabyangam	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 3,20	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 0,54	\$ 3,92	\$ 7,66
Kapabyangam	\$ -	\$ 3,00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 0,54	\$ 3,92	\$ 7,46
Shantala	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 2,00	\$ -	\$ -	\$ 0,54	\$ 3,92	\$ 6,46

CENTRO DE MASAJES AYURVEDICOS AJAIB
DATOS DE PACIENTES PROYECTADO

Crecimiento 10%

Tipo de Masaje	Mes1	Mes2	Mes3	Mes4	Mes5	Mes6	Mes7	Mes8	Mes9	Mes10	Mes11	Mes12	Total Anual
Vatabyangam	8	9	10	11	12	13	14	16	17	19	21	23	171
Vatabyangam	5	6	6	7	7	8	9	10	11	12	13	14	107
Pitabyangam	7	8	8	9	10	11	12	14	15	17	18	20	150
Pitabyangam	6	7	7	8	9	10	11	12	13	14	16	17	128
Kapabyangam	4	4	5	5	6	6	7	8	9	9	10	11	86
Kapabyangam	8	9	10	11	12	13	14	16	17	19	21	23	171
Shantala	5	6	6	7	7	8	9	10	11	12	13	14	107
Total Mensual	43	47	52	57	63	69	76	84	92	101	112	123	920

*Se proyecta un incremento en las ventas de 10% mensual, ya que según los datos de las encuestas realizadas y la información obtenida de la base de datos de las consultorios, este representa un valor razonable de crecimiento.

CENTRO DE MASAJES AYURVEDICOS AJAIB
DATOS DE COSTO PROYECTADO

Tipo de Masaje	Costo	Mes1	Mes2	Mes3	Mes4	Mes5	Mes6	Mes7	Mes8	Mes9	Mes10	Mes11	Mes12
Vatabyangam	\$ 6,21	\$ 49,69	\$ 54,66	\$ 60,12	\$ 66,13	\$ 72,75	\$ 80,02	\$ 88,02	\$ 96,83	\$ 106,51	\$ 117,16	\$ 128,88	\$ 141,76
Vatabyangam	\$ 7,26	\$ 36,30	\$ 39,94	\$ 43,93	\$ 48,32	\$ 53,15	\$ 58,47	\$ 64,32	\$ 70,75	\$ 77,82	\$ 85,60	\$ 94,17	\$ 103,58
Pitabyangam	\$ 6,25	\$ 43,73	\$ 48,10	\$ 52,91	\$ 58,20	\$ 64,02	\$ 70,42	\$ 77,46	\$ 85,21	\$ 93,73	\$ 103,11	\$ 113,42	\$ 124,76
Pitabyangam	\$ 10,21	\$ 61,27	\$ 67,39	\$ 74,13	\$ 81,54	\$ 89,70	\$ 98,67	\$ 108,54	\$ 119,39	\$ 131,33	\$ 144,46	\$ 158,91	\$ 174,80
Kapabyangam	\$ 7,66	\$ 30,64	\$ 33,71	\$ 37,08	\$ 40,79	\$ 44,87	\$ 49,35	\$ 54,29	\$ 59,72	\$ 65,69	\$ 72,26	\$ 79,48	\$ 87,43
Kapabyangam	\$ 7,46	\$ 59,69	\$ 65,66	\$ 72,22	\$ 79,44	\$ 87,39	\$ 96,13	\$ 105,74	\$ 116,31	\$ 127,95	\$ 140,74	\$ 154,81	\$ 170,30
Shantala	\$ 6,46	\$ 32,30	\$ 35,54	\$ 39,09	\$ 43,00	\$ 47,30	\$ 52,03	\$ 57,23	\$ 62,95	\$ 69,25	\$ 76,17	\$ 83,79	\$ 92,17
Total de Servicios	\$ 51,51	\$ 313,62	\$ 344,98	\$ 379,48	\$ 417,43	\$ 459,17	\$ 505,09	\$ 555,60	\$ 611,16	\$ 672,27	\$ 739,50	\$ 813,45	\$ 894,80

CENTRO DE MASAJES AYURVEDICOS AJAIB
DATOS DE VENTAS PROYECTADO

Tipo de Masaje	PVP	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12
Vatabyangam	\$ 20,00	\$ 160,00	\$ 176,00	\$ 193,60	\$ 212,96	\$ 234,26	\$ 257,68	\$ 283,45	\$ 311,79	\$ 342,97	\$ 377,27	\$ 415,00	\$ 456,50
Vatabyangam	\$ 20,00	\$ 100,00	\$ 110,00	\$ 121,00	\$ 133,10	\$ 146,41	\$ 161,05	\$ 177,16	\$ 194,87	\$ 214,36	\$ 235,79	\$ 259,37	\$ 285,31
Pitabyangam	\$ 20,00	\$ 140,00	\$ 154,00	\$ 169,40	\$ 186,34	\$ 204,97	\$ 225,47	\$ 248,02	\$ 272,82	\$ 300,10	\$ 330,11	\$ 363,12	\$ 399,44
Pitabyangam	\$ 20,00	\$ 120,00	\$ 132,00	\$ 145,20	\$ 159,72	\$ 175,69	\$ 193,26	\$ 212,59	\$ 233,85	\$ 257,23	\$ 282,95	\$ 311,25	\$ 342,37
Kapabyangam	\$ 20,00	\$ 80,00	\$ 88,00	\$ 96,80	\$ 106,48	\$ 117,13	\$ 128,84	\$ 141,72	\$ 155,90	\$ 171,49	\$ 188,64	\$ 207,50	\$ 228,25
Kapabyangam	\$ 20,00	\$ 160,00	\$ 176,00	\$ 193,60	\$ 212,96	\$ 234,26	\$ 257,68	\$ 283,45	\$ 311,79	\$ 342,97	\$ 377,27	\$ 415,00	\$ 456,50
Shantala	\$ 20,00	\$ 100,00	\$ 110,00	\$ 121,00	\$ 133,10	\$ 146,41	\$ 161,05	\$ 177,16	\$ 194,87	\$ 214,36	\$ 235,79	\$ 259,37	\$ 285,31
Total de Servicios	\$ -	\$ 860,00	\$ 946,00	\$ 1.040,60	\$ 1.144,66	\$ 1.259,13	\$ 1.385,04	\$ 1.523,54	\$ 1.675,90	\$ 1.843,49	\$ 2.027,84	\$ 2.230,62	\$ 2.453,68

VI.A.2. Proyecciones para 5 años

AÑO 1

Sueldo Especialista

Sueldo Básico	\$	500,00
Decimo tercer	\$	41,67
Decimo Cuarto	\$	24,33
Aporte Patronal	\$	60,75
Aporte personal	\$	46,75
Costo de la Empresa	\$	626,75
Liquido a Recibir	\$	453,25

Sueldo Limpieza

Sueldo Básico	\$	150,00
Decimo tercer	\$	12,50
Decimo Cuarto	\$	12,50
Aporte Patronal	\$	18,23
Aporte personal	\$	14,03
Costo de la Empresa	\$	193,23
Liquido a Recibir	\$	135,98

Sueldo Contador

Horas de Trabajo Mensual		12
Costo por hora	\$	5,00
Total	\$	60,00

AÑO 2

En promedio el salario básico se incrementa 9,2% anual

INCREMENTO 4,60%

Sueldo Especialista

Sueldo Básico	\$	500,00
Decimo tercer	\$	41,67
Decimo Cuarto	\$	24,33
Aporte Patronal	\$	60,75
Aporte personal	\$	46,75
Costo de la Empresa	\$	626,75
Liquido a Recibir	\$	453,25

Sueldo Limpieza

Sueldo Básico	\$	156,90
Decimo tercer	\$	13,08
Decimo Cuarto	\$	13,08
Aporte Patronal	\$	19,06
Aporte personal	\$	14,67
Costo de la Empresa	\$	202,11
Liquido a Recibir	\$	142,23

Sueldo Contador

Horas de Trabajo Mensual		12
Costo por hora	\$	5,00
Total	\$	60,00

AÑO 3

Sueldo Especialista	
Sueldo Básico	\$ 500,00
Decimo tercer	\$ 41,67
Decimo Cuarto	\$ 24,33
Aporte Patronal	\$ 60,75
Aporte personal	\$ 46,75
Costo de la Empresa	\$ 626,75
Liquido a Recibir	\$ 453,25

Sueldo Limpieza	
Sueldo Básico	\$ 164,12
Decimo tercer	\$ 13,68
Decimo Cuarto	\$ 13,68
Aporte Patronal	\$ 19,94
Aporte personal	\$ 15,34
Costo de la Empresa	\$ 211,41
Liquido a Recibir	\$ 148,77

Sueldo Contador	
Horas de Trabajo Mensu:	12
Costo por hora	\$ 6,00
Total	\$ 72,00

Sueldo Recepcionista	
Sueldo Básico	\$ 350,00
Decimo tercer	\$ 29,17
Decimo Cuarto	\$ 29,02
Aporte Patronal	\$ 42,53
Aporte personal	\$ 32,73
Costo de la Empresa	\$ 450,71
Liquido a Recibir	\$ 317,28

AÑO 4

9,20%

Sueldo Especialista	
Sueldo Básico	\$ 546,00
Decimo tercer	\$ 45,50
Decimo Cuarto	\$ 24,33
Aporte Patronal	\$ 66,34
Aporte personal	\$ 51,05
Costo de la Empresa	\$ 682,17
Liquido a Recibir	\$ 494,95

Sueldo Limpieza	
Sueldo Básico	\$ 171,67
Decimo tercer	\$ 14,31
Decimo Cuarto	\$ 14,31
Aporte Patronal	\$ 20,86
Aporte personal	\$ 16,05
Costo de la Empresa	\$ 221,14
Liquido a Recibir	\$ 155,62

Sueldo Contador	
Horas de Trabajo Mensu:	12
Costo por hora	\$ 6,00
Total	\$ 72,00

Sueldo Recepcionista	
Sueldo Básico	\$ 382,20
Decimo tercer	\$ 31,85
Decimo Cuarto	\$ 29,02
Aporte Patronal	\$ 46,44
Aporte personal	\$ 35,74
Costo de la Empresa	\$ 489,50
Liquido a Recibir	\$ 346,46

AÑO 5

Sueldo Especialista	
Sueldo Básico	\$ 546,00
Decimo tercer	\$ 45,50
Decimo Cuarto	\$ 24,33
Aporte Patronal	\$ 66,34
Aporte personal	\$ 51,05
Costo de la Empresa	\$ 682,17
Liquido a Recibir	\$ 494,95

Sueldo Limpieza	
Sueldo Básico	\$ 179,56
Decimo tercer	\$ 14,96
Decimo Cuarto	\$ 14,96
Aporte Patronal	\$ 21,82
Aporte personal	\$ 16,79
Costo de la Empresa	\$ 231,31
Liquido a Recibir	\$ 162,77

Sueldo Contador	
Horas de Trabajo Mensu:	12
Costo por hora	\$ 7,00
Total	\$ 84,00

Sueldo Recepcionista	
Sueldo Básico	\$ 417,36
Decimo tercer	\$ 34,78
Decimo Cuarto	\$ 29,02
Aporte Patronal	\$ 50,71
Aporte personal	\$ 39,02
Costo de la Empresa	\$ 531,87
Liquido a Recibir	\$ 378,34

Incremento Anual	Gastos	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
20%	Mat. Limpieza	\$ 50,00	\$ 60,00	\$ 72,00	\$ 86,40	\$ 103,68
20%	Mat. Oficina	\$ 60,00	\$ 72,00	\$ 86,40	\$ 103,68	\$ 124,42
	Pers. Limpieza	\$ 2.318,70	\$ 2.425,36	\$ 2.536,93	\$ 2.653,63	\$ 2.775,69
	Recepcionista	\$ -	\$ -	\$ 5.408,50	\$ 5.874,05	\$ 6.382,43
	Contador	\$ 720,00	\$ 720,00	\$ 864,00	\$ 864,00	\$ 1.008,00
4,31%	Folleteria	\$ 100,00	\$ 104,31	\$ -	\$ -	\$ -
4,31%	Radio	\$ 879,96	\$ 917,89	\$ 957,45	\$ 998,71	\$ 1.041,76
4,31%	Arriendo	\$ 3.640,00	\$ 3.796,88	\$ 3.960,53	\$ 4.131,23	\$ 4.309,28
	TOTAL	\$ 7.768,66	\$ 8.096,44	\$ 13.885,80	\$ 14.711,69	\$ 15.745,26

Inflación	Aceites	PRECIO				
		Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
4,31%	Aceite de Coco	\$ 23,00	\$ 23,99	\$ 25,03	\$ 26,10	\$ 27,23
	Aceite de Almendras	\$ 7,00	\$ 7,30	\$ 7,62	\$ 7,94	\$ 8,29
	Aceite de Trigo	\$ 2,80	\$ 2,92	\$ 3,05	\$ 3,18	\$ 3,31
	Aceite de Ricino	\$ 0,60	\$ 0,63	\$ 0,65	\$ 0,68	\$ 0,71
	Aceite de Sándalo	\$ 3,20	\$ 3,34	\$ 3,48	\$ 3,63	\$ 3,79
	Ghee	\$ 4,00	\$ 4,17	\$ 4,35	\$ 4,54	\$ 4,74
	Aceite de Ajonjolí	\$ 6,00	\$ 6,26	\$ 6,53	\$ 6,81	\$ 7,10

MI	Aceites	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
1000	Aceite de Coco	\$ 0,02	\$ 0,02	\$ 0,03	\$ 0,03	\$ 0,03
1000	Aceite de Almendras	\$ 0,01	\$ 0,01	\$ 0,01	\$ 0,01	\$ 0,01
250	Aceite de Trigo	\$ 0,01	\$ 0,01	\$ 0,01	\$ 0,01	\$ 0,01
84	Aceite de Ricino	\$ 0,01	\$ 0,01	\$ 0,01	\$ 0,01	\$ 0,01
250	Aceite de Sándalo	\$ 0,01	\$ 0,01	\$ 0,01	\$ 0,01	\$ 0,02
500	Ghee	\$ 0,01	\$ 0,01	\$ 0,01	\$ 0,01	\$ 0,01
500	Aceite de Ajonjolí	\$ 0,01	\$ 0,01	\$ 0,01	\$ 0,01	\$ 0,01

Costo x Masaje

Prom. MI	Aceites	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
250	Aceite de Coco	\$ 5,75	\$ 6,00	\$ 6,26	\$ 6,53	\$ 6,81
	Aceite de Almendras	\$ 1,75	\$ 1,83	\$ 1,90	\$ 1,99	\$ 2,07
	Aceite de Trigo	\$ 2,80	\$ 2,92	\$ 3,05	\$ 3,18	\$ 3,31
	Aceite de Ricino	\$ 1,79	\$ 1,86	\$ 1,94	\$ 2,03	\$ 2,11
	Aceite de Sándalo	\$ 3,20	\$ 3,34	\$ 3,48	\$ 3,63	\$ 3,79
	Ghee	\$ 2,00	\$ 2,09	\$ 2,18	\$ 2,27	\$ 2,37
	Aceite de Ajonjolí	\$ 3,00	\$ 3,13	\$ 3,26	\$ 3,40	\$ 3,55

Tipo de Masaje	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Vatabyangam (Almendra)	\$ 299,38	\$ 327,90	\$ 359,13	\$ 393,34	\$ 430,81
Vatabyangam (Trigo)	\$ 299,38	\$ 327,90	\$ 359,13	\$ 393,34	\$ 430,81
Pitabyangam (Ricino)	\$ 267,30	\$ 292,77	\$ 320,65	\$ 351,20	\$ 384,65
Pitabyangam (Coco)	\$ 737,76	\$ 808,03	\$ 885,00	\$ 969,30	\$ 1.061,63
Kapabyangam (Sándalo)	\$ 273,72	\$ 299,79	\$ 328,35	\$ 359,63	\$ 393,88
Kapabyangam (Ajonjolí)	\$ 513,22	\$ 562,11	\$ 615,65	\$ 674,30	\$ 738,53
Shantala (Ghee)	\$ 213,84	\$ 234,21	\$ 256,52	\$ 280,96	\$ 307,72
TOTAL	\$ 2.604,61	\$ 2.852,71	\$ 3.124,44	\$ 3.422,06	\$ 3.748,03

		CIF				
Inflación		Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
4,31%	Agua	\$ 144,00	\$ 150,21	\$ 156,68	\$ 163,43	\$ 170,48
	Luz	\$ 144,00	\$ 150,21	\$ 156,68	\$ 163,43	\$ 170,48
	Teléfono	\$ 120,00	\$ 125,17	\$ 130,57	\$ 136,19	\$ 142,06
	Mantas	\$ 50,00	\$ 52,16	\$ 54,40	\$ 56,75	\$ 59,19
	Camillas	\$ 42,00	\$ 42,00	\$ 42,00	\$ 42,00	\$ 42,00
	TOTAL	\$ 500,00	\$ 519,74	\$ 540,33	\$ 561,81	\$ 584,21
		\$ 0,54	\$ 0,54	\$ 0,53	\$ 0,53	\$ 0,52

MOD		
Especialista	Costo Anual	Costo. Masaje
Año 1	\$ 7.521,00	\$ 3,92
Año 2	\$ 7.521,00	\$ 3,92
Año 3	\$ 7.521,00	\$ 3,92
Año 4	\$ 8.186,07	\$ 4,26
Año 5	\$ 8.186,07	\$ 4,26

MPD					
Aceites	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Aceite de Coco	\$ 5,75	\$ 6,00	\$ 6,26	\$ 6,53	\$ 6,81
Aceite de Almend	\$ 1,75	\$ 1,83	\$ 1,90	\$ 1,99	\$ 2,07
Aceite de Trigo	\$ 2,80	\$ 2,92	\$ 3,05	\$ 3,18	\$ 3,31
Aceite de Ricino	\$ 1,79	\$ 1,86	\$ 1,94	\$ 2,03	\$ 2,11
Aceite de Sándalc	\$ 3,20	\$ 3,34	\$ 3,48	\$ 3,63	\$ 3,79
Ghee	\$ 2,00	\$ 2,09	\$ 2,18	\$ 2,27	\$ 2,37
Aceite de Ajonjolí	\$ 3,00	\$ 3,13	\$ 3,26	\$ 3,40	\$ 3,55

4,31%

Mantas \$ 50,00 \$ 52,16 \$ 54,40 \$ 56,75 \$ 59,19

**CENTRO DE MASAJES AYURVEDICOS AJAIB
NUMERO DE PACIENTES POR AÑO**

Crecimiento 5,00%

Tipo de Masaje	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Vatabyangam	171	180	189	198	208
Vatabyangam	107	112	118	124	130
Pitabyangam	150	157	165	173	182
Pitabyangam	128	135	141	149	156
Kapabyangam	86	90	94	99	104
Kapabyangam	171	180	189	198	208
Shantala	107	112	118	124	130
TOTAL	920	966	1014	1064	1118

**CENTRO DE MASAJES AYURVEDICOS AJAIB
COSTO POR MASAJE**

Año 1

Tipo de Masaje	ACEITES								CIF	MOD	Costo Total
	Almendras	Ajonjolí	Trigo	Sándalo	Ghee	Coco	Ricino				
Vatabyangam	\$ 1,75	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 0,54	\$ 3,92	\$ 6,21
Vatabyangam	\$ -	\$ -	\$ 2,80	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 0,54	\$ 3,92	\$ 7,26
Pitabyangam	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 1,79	\$ -	\$ 0,54	\$ 3,92	\$ 6,25
Pitabyangam	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 5,75	\$ -	\$ -	\$ 0,54	\$ 3,92	\$ 10,21
Kapabyangam	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 3,20	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 0,54	\$ 3,92	\$ 7,66
Kapabyangam	\$ -	\$ 3,00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 0,54	\$ 3,92	\$ 7,46
Shantala	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 2,00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 0,54	\$ 3,92	\$ 6,46

Año 2

ACEITES											
Tipo de Masaje	Almendras	Ajonjolí	Trigo	Sândalo	Ghee	Coco	Ricino	CIF	MOD	Costo Total	
Vatabyangam	\$ 1,83	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 0,54	\$ 3,92	\$ 6,28	
Vatabyangam	\$ -	\$ -	\$ 2,92	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 0,54	\$ 3,92	\$ 7,38	
Pitabyangam	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 1,86	\$ 0,54	\$ 3,92	\$ 6,32	
Pitabyangam	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 6,00	\$ -	\$ 0,54	\$ 3,92	\$ 10,45	
Kapabyangam	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 3,34	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 0,54	\$ 3,92	\$ 7,79	
Kapabyangam	\$ -	\$ 3,13	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 0,54	\$ 3,92	\$ 7,58	
Shantala	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 2,09	\$ -	\$ -	\$ 0,54	\$ 3,92	\$ 6,54	

Año 3

ACEITES											
Tipo de Masaje	Almendras	Ajonjolí	Trigo	Sândalo	Ghee	Coco	Ricino	CIF	MOD	Costo Total	
Vatabyangam	\$ 1,90	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 0,53	\$ 3,92	\$ 6,35	
Vatabyangam	\$ -	\$ -	\$ 3,05	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 0,53	\$ 3,92	\$ 7,50	
Pitabyangam	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 1,94	\$ 0,53	\$ 3,92	\$ 6,39	
Pitabyangam	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 6,26	\$ -	\$ 0,53	\$ 3,92	\$ 10,71	
Kapabyangam	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 3,48	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 0,53	\$ 3,92	\$ 7,93	
Kapabyangam	\$ -	\$ 3,26	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 0,53	\$ 3,92	\$ 7,71	
Shantala	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 2,18	\$ -	\$ -	\$ 0,53	\$ 3,92	\$ 6,63	

Año 4

ACEITES											
Tipo de Masaje	Almendras	Ajonjolí	Trigo	Sándalo	Ghee	Coco	Ricino	CIF	MOD	Costo Total	
Vatabyangam	\$ 1,99	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 0,53	\$ 4,26	\$ 6,78	
Vatabyangam	\$ -	\$ -	\$ 3,18	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 0,53	\$ 4,26	\$ 7,97	
Pitabyangam	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 2,03	\$ 0,53	\$ 4,26	\$ 6,82	
Pitabyangam	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 6,53	\$ -	\$ 0,53	\$ 4,26	\$ 11,32	
Kapabyangam	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 3,63	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 0,53	\$ 4,26	\$ 8,42	
Kapabyangam	\$ -	\$ 3,40	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 0,53	\$ 4,26	\$ 8,20	
Shantala	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 2,27	\$ -	\$ -	\$ 0,53	\$ 4,26	\$ 7,06	

Año 5

ACEITES											
Tipo de Masaje	Almendras	Ajonjolí	Trigo	Sándalo	Ghee	Coco	Ricino	CIF	MOD	Costo Total	
Vatabyangam	\$ 2,07	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 0,52	\$ 4,26	\$ 6,86	
Vatabyangam	\$ -	\$ -	\$ 3,31	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 0,52	\$ 4,26	\$ 8,10	
Pitabyangam	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 2,11	\$ 0,52	\$ 4,26	\$ 6,90	
Pitabyangam	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 6,81	\$ -	\$ 0,52	\$ 4,26	\$ 11,59	
Kapabyangam	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 3,79	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 0,52	\$ 4,26	\$ 8,57	
Kapabyangam	\$ -	\$ 3,55	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 0,52	\$ 4,26	\$ 8,34	
Shantala	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 2,37	\$ -	\$ -	\$ 0,52	\$ 4,26	\$ 7,15	

**CENTRO DE MASAJES AYURVEDICOS AJAIB
COSTO TOTAL**

Año	Tipo de Masaje							Total
	Vatabyangam	Vatabyangam	Pitabyangam	Pitabyangam	Kapabyangam	Kapabyangam	Shantala	
1	\$ 1.062,53	\$ 776,35	\$ 935,06	\$ 1.310,12	\$ 655,30	\$ 1.276,38	\$ 690,81	\$ 6.706,55
2	\$ 1.128,23	\$ 828,11	\$ 993,06	\$ 1.408,28	\$ 699,96	\$ 1.362,44	\$ 734,42	\$ 7.154,49
3	\$ 1.198,48	\$ 883,72	\$ 1.055,08	\$ 1.514,51	\$ 748,02	\$ 1.455,00	\$ 781,11	\$ 7.635,92
4	\$ 1.342,22	\$ 986,39	\$ 1.181,47	\$ 1.680,96	\$ 834,07	\$ 1.623,18	\$ 874,01	\$ 8.522,29
5	\$ 1.426,07	\$ 1.052,85	\$ 1.255,51	\$ 1.808,08	\$ 891,51	\$ 1.733,79	\$ 929,76	\$ 9.097,59

Crecimiento Promedio del PVP

4,31%

Tipo de Masaje	PRECIO DE VENTA				
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Vatabyangam	\$ 20	\$ 21	\$ 22	\$ 23	\$ 24
Vatabyangam	\$ 20	\$ 21	\$ 22	\$ 23	\$ 24
Pitabyangam	\$ 20	\$ 21	\$ 22	\$ 23	\$ 24
Pitabyangam	\$ 20	\$ 21	\$ 22	\$ 23	\$ 24
Kapabyangam	\$ 20	\$ 21	\$ 22	\$ 23	\$ 24
Kapabyangam	\$ 20	\$ 21	\$ 22	\$ 23	\$ 24
Shantala	\$ 20	\$ 21	\$ 22	\$ 23	\$ 24

**CENTRO DE MASAJES AYURVEDICOS AJAIB
VENTAS ANUALES**

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ventas	\$ 18.390,48	\$ 20.142,27	\$ 22.060,92	\$ 24.162,33	\$ 26.463,92

VI.B. Estados Financieros Proyectados

VI.B.1. Estado de Situación Inicial

**CENTRO DE MASAJES AYURVEDICOS AJAIB
ESTADO DE SITUACION INICIAL**

ACTIVOS			PASIVOS		
Activo Corriente			Pasivos		
Inventarios		\$ 2.604,61		\$ -	
Aceites	\$ 2.604,61		TOTAL PASIVOS		\$ -
Activo No Corriente			PATRIMONIO		
Tangible		\$ 2.911,00	Capital Social	\$ 5.515,61	
Muebles y Enseres	\$ 1.870,00		TOTAL PATRIMONIO		\$ 5.515,61
Equipos de Oficina	\$ 1.041,00				
TOTAL ACTIVOS		<u>\$ 5.515,61</u>	TOTAL PASIVOS + PATRIMONIO		<u>\$ 5.515,61</u>

VI.B.2. Estado de Resultados

**CENTRO DE MASAJES AYURVEDICOS AJAIB
ESTADO DE RESULTADOS**

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ventas Netas	\$ 18.390,48	\$ 20.142,27	\$ 22.060,92	\$ 24.162,33	\$ 26.463,92
(Costo de Ventas)	\$ 6.706,55	\$ 7.154,49	\$ 7.635,92	\$ 8.522,29	\$ 9.097,59
Utilidad Bruta en Ventas	\$ 11.683,93	\$ 12.987,78	\$ 14.425,00	\$ 15.640,04	\$ 17.366,33
(Sueldo Contador)	\$ 720,00	\$ 720,00	\$ 864,00	\$ 864,00	\$ 1.008,00
(sueldo Limpieza)	\$ 2.318,70	\$ 2.425,36	\$ 2.536,93	\$ 2.653,63	\$ 2.775,69
(Arriendo)	\$ 3.640,00	\$ 3.796,88	\$ 3.960,53	\$ 4.131,23	\$ 4.309,28
(Gastos Mat. Oficina)	\$ 60,00	\$ 72,00	\$ 86,40	\$ 103,68	\$ 124,42
(Gastos Publicidad)	\$ 979,96	\$ 1.022,20	\$ 957,45	\$ 998,71	\$ 1.041,76
(Gastos Mat. Limpieza)	\$ 50,00	\$ 60,00	\$ 72,00	\$ 86,40	\$ 103,68
(Sueldo Recepcionista)	\$ -	\$ -	\$ 5.408,50	\$ 5.874,05	\$ 6.382,43
(Gastos de Dep. Activos)	\$ 538,87	\$ 538,87	\$ 538,87	\$ 538,87	\$ 538,87
Total Gastos	\$ 8.307,53	\$ 8.635,31	\$ 14.424,67	\$ 15.250,56	\$ 16.284,13
Utilidad Antes de Imp.	\$ 3.376,40	\$ 4.352,47	\$ 0,33	\$ 389,48	\$ 1.082,20
Part. Trabajadores 15%	\$ 506,46	\$ 652,87	\$ 0,05	\$ 58,42	\$ 162,33
	\$ 2.869,94	\$ 3.699,60	\$ 0,28	\$ 331,05	\$ 919,87
UTILIDAD LIQUIDA	\$ 2.869,94	\$ 3.699,60	\$ 0,28	\$ 331,05	\$ 919,87

VI.B.3. Flujo de Caja

CENTRO DE MASAJES AYURVEDICOS AJAIB FLUJO DE EFECTIVO							
	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	
INGRESOS							
Ventas		\$ 18.390,48	\$ 20.142,27	\$ 22.060,92	\$ 24.162,33	\$ 26.463,92	
TOTAL INGRESOS		\$ 18.390,48	\$ 20.142,27	\$ 22.060,92	\$ 24.162,33	\$ 26.463,92	
COSTOS Y GASTOS							
Costo de Producción		\$ 6.706,55	\$ 7.154,49	\$ 7.635,92	\$ 8.522,29	\$ 9.097,59	
Gastos							
Mat. Limpieza		\$ 50,00	\$ 60,00	\$ 72,00	\$ 86,40	\$ 103,68	
Mat. Oficina		\$ 60,00	\$ 72,00	\$ 86,40	\$ 103,68	\$ 124,42	
Pers. Limpieza		\$ 2.318,70	\$ 2.425,36	\$ 2.536,93	\$ 2.653,63	\$ 2.775,69	
Recepcionista		\$ -	\$ -	\$ 5.408,50	\$ 5.874,05	\$ 6.382,43	
Contador		\$ 720,00	\$ 720,00	\$ 864,00	\$ 864,00	\$ 1.008,00	
Gastos Publicidad		\$ 979,96	\$ 1.022,20	\$ 957,45	\$ 998,71	\$ 1.041,76	
Arriendo		\$ 3.640,00	\$ 3.796,88	\$ 3.960,53	\$ 4.131,23	\$ 4.309,28	
Depreciación		\$ 538,87	\$ 538,87	\$ 538,87	\$ 538,87	\$ 538,87	
TOTAL COSTOS Y GASTOS		\$ 15.014,08	\$ 15.789,80	\$ 22.060,59	\$ 23.772,86	\$ 25.381,71	
UTILIDAD ANTES DE IMP.		\$ 3.376,40	\$ 4.352,47	\$ 0,33	\$ 389,48	\$ 1.082,20	
Trabajadores 15%		\$ 506,46	\$ 652,87	\$ 0,05	\$ 58,42	\$ 162,33	
		\$ 2.869,94	\$ 3.699,60	\$ 0,28	\$ 331,05	\$ 919,87	
Utilidad Neta		\$ 2.869,94	\$ 3.699,60	\$ 0,28	\$ 331,05	\$ 919,87	
Inversión	\$ (2.911,00)			\$ (800,00)			
Inversión en Capital de Trabajo	\$ (2.604,61)						
Dep. Activos		\$ 538,87	\$ 538,87	\$ 538,87	\$ 538,87	\$ 538,87	
Valor Residual						\$ 750,00	
Flujo Neto Operativo	\$ (5.515,61)	\$ 3.408,81	\$ 4.238,47	\$ (260,80)	\$ 869,92	\$ 2.208,74	

VI.C. Cálculo de la Tasa Interna de Retorno: TIR

TIR	35%
-----	-----

VI.D. Cálculo de Valor Actual Neto: VAN

VAN	\$ 2.596,23
-----	-------------

VI.E. Análisis Financiero Real

Sueldo Especialista		
Sueldo Básico	\$	350,00
Decimo tercer	\$	29,17
Decimo Cuarto	\$	24,33
Aporte Patronal	\$	42,53
Aporte personal	\$	32,73
Costo de la Empresa	\$	446,03
Liquido a Recibir	\$	317,28

Sueldo Limpieza		
Sueldo Básico	\$	146,00
Decimo tercer	\$	12,17
Decimo Cuarto	\$	12,17
Aporte Patronal	\$	17,74
Aporte personal	\$	13,65
Costo de la Empresa	\$	188,07
Liquido a Recibir	\$	132,35

Aporte Socios		
Teléfono (2)	\$	77,00
Sistema de Sonido (1)	\$	164,00
Computadora	\$	800,00
Escritorio (2)	\$	460,00
Sillas (6)	\$	140,00
Juego de Sala	\$	360,00
Letrero	\$	370,00
Camillas	\$	420,00
Recepción	\$	120,00
Aceites	\$	1.754,24
Total	\$	4.665,24

Gastos Administrativos		
Mat. Limpieza	\$	80,60
Mat. Oficina	\$	68,40
Pers. Limpieza	\$	2.256,87
Contador	\$	-
CD(3)	\$	15,00
Folleteria	\$	100,00
Radio (Tomebamba)	\$	659,97
Total	\$	3.180,84

CALCULO DE GASTOS

Descripción	Inicial	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Enero	Total
Mat. Limpieza	\$ -	\$ 33,80	\$ -	\$ -	\$ 15,00	\$ -	\$ -	\$ 16,80	\$ -	\$ -	\$ 15,00	\$ -	\$ -	\$ 80,60
Mat. Oficina	\$ -	\$ 63,40	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 5,00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 68,40
Pers. Limpieza	\$ -	\$ 188,07	\$ 188,07	\$ 188,07	\$ 188,07	\$ 188,07	\$ 188,07	\$ 188,07	\$ 188,07	\$ 188,07	\$ 188,07	\$ 188,07	\$ 188,07	\$ 2.256,87
Contador	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Folleteria	\$ -	\$ 50,00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 50,00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 100,00
Radio (Tomebamba)	\$ -	\$ 73,33	\$ 73,33	\$ 73,33	\$ -	\$ 73,33	\$ 73,33	\$ 73,33	\$ -	\$ 73,33	\$ 73,33	\$ 73,33	\$ -	\$ 659,97
Total	\$ -	\$ 408,60	\$ 261,40	\$ 261,40	\$ 203,07	\$ 261,40	\$ 261,40	\$ 333,20	\$ 188,07	\$ 261,40	\$ 276,40	\$ 261,40	\$ 188,07	\$ 3.165,84

En promedio por persona se utiliza 250 ml 250

Aceites	Precio	ml x botella	Costo x ml	Costo x mas
Aceite de Coco	\$ 23,00	1000	\$ 0,02	\$ 5,75
Aceite de Almendras	\$ 7,00	1000	\$ 0,01	\$ 1,75
Aceite de Trigo	\$ 2,80	250	\$ 0,01	\$ 2,80
Aceite de Ricino	\$ 0,60	84	\$ 0,01	\$ 1,79
Aceite de Sándalo	\$ 3,20	250	\$ 0,01	\$ 3,20
Ghee	\$ 4,00	500	\$ 0,01	\$ 2,00
Aceite de Ajonjolí	\$ 6,00	500	\$ 0,01	\$ 3,00

Tipo de Masaje	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Enero	Total
Vatabyangam (Almendra)	\$ 12,25	\$ 12,25	\$ 14,00	\$ 14,00	\$ 12,25	\$ 15,75	\$ 15,75	\$ 14,00	\$ 15,75	\$ 17,50	\$ 17,50	\$ 21,00	\$ 182,00
Vatabyangam (Trigo)	\$ 14,00	\$ 14,00	\$ 16,80	\$ 16,80	\$ 14,00	\$ 19,60	\$ 19,60	\$ 22,40	\$ 16,80	\$ 19,60	\$ 22,40	\$ 28,00	\$ 224,00
Pitabyangam (Ricino)	\$ 10,71	\$ 8,93	\$ 10,71	\$ 12,50	\$ 12,50	\$ 14,29	\$ 14,29	\$ 12,50	\$ 10,71	\$ 16,07	\$ 17,86	\$ 16,07	\$ 157,14
Pitabyangam (Coco)	\$ 34,50	\$ 34,50	\$ 28,75	\$ 34,50	\$ 40,25	\$ 46,00	\$ 46,00	\$ 51,75	\$ 46,00	\$ 46,00	\$ 51,75	\$ 57,50	\$ 517,50
Kapabyangam (Sándalo)	\$ 16,00	\$ 16,00	\$ 19,20	\$ 16,00	\$ 22,40	\$ 22,40	\$ 19,20	\$ 25,60	\$ 25,60	\$ 28,80	\$ 25,60	\$ 28,80	\$ 265,60
Kapabyangam (Ajonjolí)	\$ 18,00	\$ 18,00	\$ 21,00	\$ 21,00	\$ 18,00	\$ 24,00	\$ 27,00	\$ 27,00	\$ 21,00	\$ 24,00	\$ 27,00	\$ 24,00	\$ 270,00
Shantala (Ghee)	\$ 8,00	\$ 8,00	\$ 8,00	\$ 10,00	\$ 12,00	\$ 12,00	\$ 14,00	\$ 10,00	\$ 12,00	\$ 14,00	\$ 16,00	\$ 14,00	\$ 138,00
Total	\$ 113,46	\$ 111,68	\$ 118,46	\$ 124,80	\$ 131,40	\$ 154,04	\$ 155,84	\$ 163,25	\$ 147,86	\$ 165,97	\$ 178,11	\$ 189,37	\$ 1.754,24

Descripción	Cantidad	Valor Unt.	Total
Agua	1	\$ 12,00	\$ 12,00
Luz	1	\$ 12,00	\$ 12,00
Teléfono	1	\$ 10,00	\$ 10,00
Aceite de Coco	1	\$ 23,00	\$ 23,00
Aceite de Almendra	1	\$ 7,00	\$ 7,00
Aceite de Trigo	2	\$ 2,80	\$ 5,60
Aceite de Ricino	10	\$ 0,60	\$ 6,00
Aceite de Sándalo	4	\$ 3,20	\$ 12,80
Ghee	1	\$ 4,00	\$ 4,00
Aceite de Ajonjolí	2	\$ 6,00	\$ 12,00
Mantas	10	\$ 5,00	\$ 50,00
Camillas	2	\$ 210,00	\$ 420,00
Especialista	1	\$ 446,03	\$ 446,03

CIF			
Agua	\$	12,00	
Luz	\$	12,00	
Teléfono	\$	10,00	
Mantas	\$	4,17	
Camillas	\$	3,50	
	\$	41,67	\$ 0,83

MOD	Costo. Mensual	Costo x Masaje
Especialista	\$ 446,03	\$ 8,86

MPD	Costo. X Masaje
Aceite de Coco	\$ 5,75
Aceite de Almendra:	\$ 1,75
Aceite de Trigo	\$ 2,80
Aceite de Ricino	\$ 1,79
Aceite de Sándalo	\$ 3,20
Ghee	\$ 2,00
Aceite de Ajonjolí	\$ 3,00

CENTRO DE MASAJES AYURVEDICOS AJAIB
COSTO POR MASAJE

Tipo de Masaje	ACEITES								CIF	MOD	Costo Total
	Almendras	Ajonjolí	Trigo	Sándalo	Ghee	Coco	Ricino				
Vatabyangam	\$ 1,75	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 0,83	\$ 8,86	\$ 11,44
Vatabyangam	\$ -	\$ -	\$ 2,80	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 0,83	\$ 8,86	\$ 12,49
Pitabyangam	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 1,79	\$ 0,83	\$ 8,86	\$ 11,47
Pitabyangam	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 5,75	\$ -	\$ -	\$ 0,83	\$ 8,86	\$ 15,44
Kapabyangam	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 3,20	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 0,83	\$ 8,86	\$ 12,89
Kapabyangam	\$ -	\$ 3,00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 0,83	\$ 8,86	\$ 12,69
Shantala	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 2,00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 0,83	\$ 8,86	\$ 11,69

CENTRO DE MASAJES AYURVEDICOS AJAIB
DATOS DE PACIENTES

Tipo de Masaje	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Enero	Total
Vatabyangam	7	7	8	8	7	9	9	8	9	10	10	12	104
Vatabyangam	5	5	6	6	5	7	7	8	6	7	8	10	80
Pitabyangam	6	5	6	7	7	8	8	7	6	9	10	9	88
Pitabyangam	6	6	5	6	7	8	8	9	8	8	9	10	90
Kapabyangam	5	5	6	5	7	7	6	8	8	9	8	9	83
Kapabyangam	6	6	7	7	6	8	9	9	7	8	9	8	90
Shantala	4	4	4	5	6	6	7	5	6	7	8	7	69
Total Mensual	39	38	42	44	45	53	54	54	50	58	62	65	604

CENTRO DE MASAJES AYURVEDICOS AJAIB
DATOS DE COSTO

Tipo de Masaje	Costo	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Enero	Total
Vatabyangam	\$ 11,44	\$ 80,07	\$ 80,07	\$ 91,51	\$ 91,51	\$ 80,07	\$ 102,95	\$ 102,95	\$ 91,51	\$ 102,95	\$ 114,39	\$ 114,39	\$ 137,27	
Vatabyangam	\$ 12,49	\$ 62,45	\$ 62,45	\$ 74,94	\$ 74,94	\$ 62,45	\$ 87,42	\$ 87,42	\$ 99,91	\$ 74,94	\$ 87,42	\$ 99,91	\$ 124,89	
Pitabyangam	\$ 11,47	\$ 68,85	\$ 57,37	\$ 68,85	\$ 80,32	\$ 80,32	\$ 91,80	\$ 91,80	\$ 80,32	\$ 68,85	\$ 103,27	\$ 114,75	\$ 103,27	
Pitabyangam	\$ 15,44	\$ 92,64	\$ 92,64	\$ 77,20	\$ 92,64	\$ 108,07	\$ 123,51	\$ 123,51	\$ 138,95	\$ 123,51	\$ 123,51	\$ 138,95	\$ 154,39	
Kapabyangam	\$ 12,89	\$ 64,45	\$ 64,45	\$ 77,34	\$ 64,45	\$ 90,22	\$ 90,22	\$ 77,34	\$ 103,11	\$ 103,11	\$ 116,00	\$ 103,11	\$ 116,00	
Kapabyangam	\$ 12,69	\$ 76,14	\$ 76,14	\$ 88,82	\$ 88,82	\$ 76,14	\$ 101,51	\$ 114,20	\$ 114,20	\$ 88,82	\$ 101,51	\$ 114,20	\$ 101,51	
Shantala	\$ 11,69	\$ 46,76	\$ 46,76	\$ 46,76	\$ 58,45	\$ 70,14	\$ 70,14	\$ 81,82	\$ 58,45	\$ 70,14	\$ 81,82	\$ 93,51	\$ 81,82	
Total de Servicios	\$ 88,11	\$ 491,34	\$ 479,87	\$ 525,41	\$ 551,13	\$ 567,42	\$ 667,57	\$ 679,05	\$ 686,47	\$ 632,33	\$ 727,95	\$ 778,84	\$ 819,17	\$ 7.606,54

CENTRO DE MASAJES AYURVEDICOS AJAIB
DATOS DE VENTAS

Tipo de Masaje	PVP	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Enero	Total
Vatabyangam	\$ 20,00	\$ 140,00	\$ 140,00	\$ 160,00	\$ 160,00	\$ 140,00	\$ 180,00	\$ 180,00	\$ 160,00	\$ 180,00	\$ 200,00	\$ 200,00	\$ 240,00	
Vatabyangam	\$ 20,00	\$ 100,00	\$ 100,00	\$ 120,00	\$ 120,00	\$ 100,00	\$ 140,00	\$ 140,00	\$ 160,00	\$ 120,00	\$ 140,00	\$ 160,00	\$ 200,00	
Pitabyangam	\$ 20,00	\$ 120,00	\$ 100,00	\$ 120,00	\$ 140,00	\$ 140,00	\$ 160,00	\$ 160,00	\$ 140,00	\$ 120,00	\$ 180,00	\$ 200,00	\$ 180,00	
Pitabyangam	\$ 20,00	\$ 120,00	\$ 120,00	\$ 100,00	\$ 120,00	\$ 140,00	\$ 160,00	\$ 160,00	\$ 180,00	\$ 160,00	\$ 160,00	\$ 180,00	\$ 200,00	
Kapabyangam	\$ 20,00	\$ 100,00	\$ 100,00	\$ 120,00	\$ 100,00	\$ 140,00	\$ 140,00	\$ 120,00	\$ 160,00	\$ 160,00	\$ 180,00	\$ 160,00	\$ 180,00	
Kapabyangam	\$ 20,00	\$ 120,00	\$ 120,00	\$ 140,00	\$ 140,00	\$ 120,00	\$ 160,00	\$ 180,00	\$ 180,00	\$ 140,00	\$ 160,00	\$ 180,00	\$ 160,00	
Shantala	\$ 20,00	\$ 80,00	\$ 80,00	\$ 80,00	\$ 100,00	\$ 120,00	\$ 120,00	\$ 140,00	\$ 100,00	\$ 120,00	\$ 140,00	\$ 160,00	\$ 140,00	
Total de Servicios	\$ -	\$ 780,00	\$ 760,00	\$ 840,00	\$ 880,00	\$ 900,00	\$ 1.060,00	\$ 1.080,00	\$ 1.080,00	\$ 1.000,00	\$ 1.160,00	\$ 1.240,00	\$ 1.300,00	\$ 12.080,00

CENTRO DE MASAJES AYUVEDICOS AJAIB
PRESUPUESTO DEL NEGOCIO

CUADRO DE DEPRECIACIONES

Descripción	Inicial	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Enero	Total	Valor de Salvamento
Equipos															
Computadora	\$ 800,00	\$ 22,22	\$ 22,22	\$ 22,22	\$ 22,22	\$ 22,22	\$ 22,22	\$ 22,22	\$ 22,22	\$ 22,22	\$ 22,22	\$ 22,22	\$ 22,22	\$ 22,22	\$ 533,33
Teléfonos Fijos	\$ 77,00	\$ 1,28	\$ 1,28	\$ 1,28	\$ 1,28	\$ 1,28	\$ 1,28	\$ 1,28	\$ 1,28	\$ 1,28	\$ 1,28	\$ 1,28	\$ 1,28	\$ 1,28	\$ 61,60
Sistema de Sonido	\$ 164,00	\$ 2,73	\$ 2,73	\$ 2,73	\$ 2,73	\$ 2,73	\$ 2,73	\$ 2,73	\$ 2,73	\$ 2,73	\$ 2,73	\$ 2,73	\$ 2,73	\$ 2,73	\$ 131,20
Total	\$ 1.041,00	\$ 26,24	\$ 314,87	\$ 726,13											
Muebles y Enseres															
Escritorios	\$ 460,00	\$ 3,83	\$ 3,83	\$ 3,83	\$ 3,83	\$ 3,83	\$ 3,83	\$ 3,83	\$ 3,83	\$ 3,83	\$ 3,83	\$ 3,83	\$ 3,83	\$ 3,83	\$ 414,00
Sillas	\$ 140,00	\$ 1,17	\$ 1,17	\$ 1,17	\$ 1,17	\$ 1,17	\$ 1,17	\$ 1,17	\$ 1,17	\$ 1,17	\$ 1,17	\$ 1,17	\$ 1,17	\$ 1,17	\$ 126,00
Juego de Sala	\$ 360,00	\$ 3,00	\$ 3,00	\$ 3,00	\$ 3,00	\$ 3,00	\$ 3,00	\$ 3,00	\$ 3,00	\$ 3,00	\$ 3,00	\$ 3,00	\$ 3,00	\$ 3,00	\$ 324,00
Camillas	\$ 420,00	\$ 3,50	\$ 3,50	\$ 3,50	\$ 3,50	\$ 3,50	\$ 3,50	\$ 3,50	\$ 3,50	\$ 3,50	\$ 3,50	\$ 3,50	\$ 3,50	\$ 3,50	\$ 378,00
Recepción	\$ 120,00	\$ 1,00	\$ 1,00	\$ 1,00	\$ 1,00	\$ 1,00	\$ 1,00	\$ 1,00	\$ 1,00	\$ 1,00	\$ 1,00	\$ 1,00	\$ 1,00	\$ 1,00	\$ 108,00
Total	\$ 1.500,00	\$ 12,50	\$ 150,00	\$ 1.350,00											
Publicidad															
Letrero	\$ 370,00	\$ 6,17	\$ 6,17	\$ 6,17	\$ 6,17	\$ 6,17	\$ 6,17	\$ 6,17	\$ 6,17	\$ 6,17	\$ 6,17	\$ 6,17	\$ 6,17	\$ 6,17	\$ 296,00
Total	\$ 370,00	\$ 6,17	\$ 74,00	\$ 296,00											
Dep. Activos	\$ 2.911,00	\$ 44,91	\$ 538,87	\$ 2.372,13											

VI.E.1. Estado de Situación Inicial

**CENTRO DE MASAJES AYURVEDICOS AJAIB
ESTADO DE SITUACION INICIAL**

ACTIVOS		PASIVOS	
Activo Corriente		Pasivos	\$ -
Inventarios	\$ 1.754,24	TOTAL PASIVOS	\$ -
Aceites	\$ 1.754,24		
Activo No Corriente		PATRIMONIO	
Tangible	\$ 2.911,00	Capital Social	\$ 4.665,24
Muebles y Enseres	\$ 1.870,00	TOTAL PATRIMONIO	\$ 4.665,24
Equipos de Oficina	\$ 1.041,00		
TOTAL ACTIVOS	<u><u>\$ 4.665,24</u></u>	TOTAL PASIVOS + PATRIMONIO	<u><u>\$ 4.665,24</u></u>

VI.E.2. Estado de Resultados

CENTRO DE MASAJES AYURVEDICOS AJAIB ESTADO DE RESULTADOS

Ventas Netas	\$ 12.080,00	
(Costo de Ventas)	\$ 7.606,54	
Utilidad Bruta en Ventas		\$ 4.473,46
(Sueldo Limpieza)	\$ 2.256,87	
(Gastos Mat. Oficina)	\$ 68,40	
(Gastos Publicidad)	\$ 759,97	
(Gastos Mat. Limpieza)	\$ 80,60	
(Gastos de Dep. Activos)	\$ 538,87	
Total Gastos		\$ 3.704,70
Utilidad Antes de impuestos		\$ 768,75
Participación trabajadores 15%		\$ 115,31
Utilidad Liquida		\$ 653,44

VI.E.3. Flujo de Efectivo

CENTRO DE MASAJES AYURVEDICO AJAIB FLUJO DE EFECTIVO

INGRESOS			
Ventas		\$	12.080,00
TOTAL INGRESOS		\$	12.080,00
COSTOS Y GASTOS			
Costo de Producción		\$	7.606,54
Gastos			
Mat. Limpieza		\$	80,60
Mat. Oficina		\$	68,40
Pers. Limpieza		\$	2.256,87
Gastos Publicidad		\$	759,97
Depreciación		\$	538,87
TOTAL COSTOS Y GASTOS		\$	11.311,25
UTILIDAD ANTES DE IMP.		\$	768,75
Trabajadores 15%			\$ 115,31
Utilidad Neta		\$	653,44
Inversión	\$ (2.911,00)		
Inversión en Capital de Trabaj	\$ (1.754,24)		
Dep. Activos		\$	538,87
Valor Residual		\$	2.372,13
Flujo Neto Operativo	\$ (4.665,24)	\$	3.564,44

VI.E.4. Estado de Situación Final

**CENTRO DE MASAJES AYURVEDICOS AJAIB
ESTADO DE SITUACION FINAL**

ACTIVOS

Activo Corriente

		\$ 3.564,44
Caja	\$ 3.564,44	
Inventarios	\$-	
Aceites	\$-	

Activo No Corriente

Tangible		\$ 1.833,27
Muebles y Enseres	\$ 1.646,00	
Equipos de Oficina	\$ 726,13	
Dep. Activos	\$ 538,87	

TOTAL ACTIVOS **\$ 5.397,71**

PASIVOS

Pasivos	\$ -
TOTAL PASIVOS	\$ -

PATRIMONIO

Capital Social	\$ 5.397,71
Utilidad	\$ -
TOTAL PATRIMONIO	\$ 5.397,71

TOTAL PASIVOS + PATRIMONIO **\$ 5.397,71**

VI.E.5 Ratios Financieros

RATIOS FINANCIEROS	Porcentaje
ROA	12%
ROE	12%
ROV	5%

BITACORA

CENTRO DE MASAJES AYURVEDICOS AJAIB		
MES	ACTIVIDAD	MASAJES
Febrero	Aporte Capital, Inauguración, Contratación de personal	Vatabyangam, Pitabyangam, Kapabyangam, Shantala.
Marzo	Volanteo, Menciones en radio	Vatabyangam, Pitabyangam, Kapabyangam, Shantala.
Abril	Menciones en radio	Vatabyangam, Pitabyangam, Kapabyangam, Shantala.
Mayo	Compra materiales de limpieza	Vatabyangam, Pitabyangam, Kapabyangam, Shantala.
Junio	Menciones en radio	Vatabyangam, Pitabyangam, Kapabyangam, Shantala.
Julio	Menciones en radio	Vatabyangam, Pitabyangam, Kapabyangam, Shantala.
Agosto	Volanteo, Menciones en radio, Compra materiales de limpieza	Vatabyangam, Pitabyangam, Kapabyangam, Shantala.
Septiembre	Taller gratuito para masaje Shantala	Vatabyangam, Pitabyangam, Kapabyangam, Shantala.
Octubre	Menciones en radio	Vatabyangam, Pitabyangam, Kapabyangam, Shantala.
Noviembre	Menciones en radio, Compra materiales de limpieza	Vatabyangam, Pitabyangam, Kapabyangam, Shantala.
Diciembre	Menciones en radio	Vatabyangam, Pitabyangam, Kapabyangam, Shantala.
Enero	Cierre	Vatabyangam, Pitabyangam, Kapabyangam, Shantala.

INFORME

Centro de Masajes Ayurvédicos Ajaib, inició legalmente en el mes de enero del 2011, realizando todos los trámites legales y adecuación del local.

El funcionamiento del proyecto inició el mes de febrero del 2011, funcionando 12 meses.

El número de pacientes, en el transcurso del año de funcionamiento del proyecto, no alcanzó el número proyectado, pero se operó en números positivos, ya que en la realidad no se generaron algunos gastos como son, el arriendo del local, ya que el local es propio, y el sueldo del contador, ya que no fue necesario contratar, debido a que el nivel de ventas no superaba los límites que se imponen para llevar contabilidad, por lo que las declaraciones mensuales las realizaba el gerente, tomando así la decisión de no incluir estos rubros al momento de realizar los estados financieros reales.

En el año de funcionamiento, la mayoría de meses se realizó una campaña publicitaria, siendo éstas, volanteo y menciones en la radio. En el mes de septiembre se realizó también un taller gratuito de masaje Shantala.

Se registra que en los meses de julio y noviembre, fueron los meses en donde existió mayor incremento de pacientes.

En el mes de enero se tomó la decisión de cerrar el centro en Azogues, ya que al analizar los resultados financieros reales del año, observamos que el negocio no generaba una ganancia representativa, por lo que no era rentable ni factible el proyecto. Otra de las razones para tomar esta decisión, fue que el negocio era muy vulnerable a cambios en factores externos.

CONCLUSIONES

Para la conclusión del proyecto, analizamos dos estudios financieros, siendo éstos, las proyecciones y los resultados reales del funcionamiento del Proyecto.

Al momento de administrar un negocio en la realidad, los escenarios que se presentan día a día, son distintos a los escenarios planificados, como en el caso de los gastos tanto de arriendo como del contador, ya que en la realidad éstos no se hicieron efectivos.

Para el análisis de los resultados reales del proyecto, se realizó el cálculo de algunos ratios financieros que nos ayudaron a obtener un mejor análisis del mismo. De los ratios pudimos obtener que la utilidad del proyecto en el año de funcionamiento fue del 5% con relación a las ventas totales generadas en ese mismo período, en comparación con el año proyectado que generó una utilidad del 16%. Esta disminución en la utilidad, se dio debido a que en el año de funcionamiento, el sueldo del especialista era un sueldo fijo, y no como en las proyecciones que se le pagaba por masaje.

Una vez realizados todos los análisis, se pudo percibir que el proyecto es muy sensible a los cambios, la mínima variación sea esta de precios, incremento de gastos o en el nivel de ventas, éstos afectan considerablemente a los resultados.

Algunas de las decisiones tomadas no fueron las adecuadas para este tipo de negocio, siendo una de ellas la ubicación, ya que no tuvimos la acogida esperada por parte de los pacientes, ya que hubieran preferido que el centro este en un lugar mas cercano a la ciudad.

La administración del Centro de Masajes Ayurvédicos Ajaib, ha sido una gran experiencia, ya que por medio de ésta, hemos logrado poner en práctica varias herramientas aprendidas en la universidad, como la importancia que tiene mantener una buena estructura organizacional en la que prevalezca la combinación entre cada uno de los miembros.

Creemos que el Centro de Masajes Ayurvédicos Ajaib, tiene tendencia a crecer, ya que todas las personas buscamos ser mejores, inclinándonos hacia lo espiritual, intentando mantener el equilibrio entre el cuerpo, alma y espíritu.

RECOMENDACIONES

Después de la experiencia con la administración del Centro de Masajes Ayurvédicos Ajaib, y teniendo en cuenta todos los aciertos y desaciertos, concluimos con algunas recomendaciones que ayudarán a mejorar el rendimiento del negocio en el futuro.

- La reubicación del centro de masajes en una ciudad más grande como es la ciudad de Cuenca.
- Manejar el proyecto como un servicio adicional a los servicios que ya se brindan, como la consulta médica y la venta de medicamentos naturales.
- Dictar cursos sobre la técnica Shantala, siendo ésta una nueva fuente de ingreso, y a su vez generar conocimientos a la sociedad.
- Capacitar al personal adecuado, facilitando la apertura de sucursales en las ciudades de Quito y Guayaquil.
- Dar a conocer la Ayurveda como disciplina, concepto y sus beneficios, para ampliar el mercado con gente nueva.
- Para mejorar la rentabilidad del negocio, sería conveniente manejar una estrategia al momento de contratar al especialista, ya que la demanda actual del servicio no es suficiente como para mantener un contrato fijo, por lo que sería conveniente mantener un contrato por prestación de servicios, es decir que el especialista ganaría de acuerdo a los masajes que dé al mes.

BIBLIOGRAFIA

FUENTES BIBLIOGRAFICAS

LIBROS

- ✓ Berra, Jorge Luis. Ayurveda: una medicina milenaria al servicio del cuerpo, la mente y el espíritu.
- ✓ Donnelly, James et al. Fundamentos de Dirección y Administración de Empresas.
- ✓ Fischer, Laura. & Espejo, Jorge. Mercadotecnia. Tercera Edición.
- ✓ García del Junco, Julio. & Casanueva Rocha, Cristóbal. Prácticas de la Gestión Empresarial.
- ✓ Horngren, Charles et al. Introducción a la Contabilidad Financiera. Séptima Edición.
- ✓ Hirt, Geoffrey et al. Introducción a los Negocios en un Mundo Cambiante. Cuarta Edición, 2004.
- ✓ Joythimayananda, Swami. Abyangam: Masaje Ayurvédico. Brontes, 2008.
- ✓ Kotler, Philip et al. Dirección de Marketing. Edición del Milenio.
- ✓ Kotler, Philip. & Armstrong, Gary. Fundamentos de Marketing. Sexta Edición.
- ✓ Kotler, Philip. & Armstrong, Gary. Principios de Marketing. Duodécima Edición.
- ✓ Marcacyaya, Jatun. Estrategias de Prevención y Seguridad del Estrés Laboral en el Personal de Salud del Seguro Social Campesino, 2007.
- ✓ Romero, Ricardo. Marketing. Palmir E.I.R.L.
- ✓ Sastre Fernández, Santos. Fisio Terapia del pie: Podología Física. Universitat de Barcelona, 1991.
- ✓ Svoboda, Robert. Ayurveda para las mujeres: Una guía para la vitalidad y salud. Kairos.

- ✓ Von Korff, Kathy. Masaje Ayurvédico: Abhyangam, el masaje que regenera cuerpo y alma. Obelisco, 2009.
- ✓ Webster, Allen L. Estadística aplicada a los negocios y la economía. Tercera Edición.
- ✓ Zeithaml, Valarie et al. Marketing de Servicios. Quinta Edición.

ARTICULO EN PERIODICO

- ✓ ACR. “Últimos días para tramitar patentes”. El Mercurio. 1 junio 2011.
<http://www.elmercurio.com.ec/282770-ultimos-dias-para-tramitar-patentes.html>
- ✓ “Estrés laboral deja su marca”. Diario Hoy. 27 Enero 2008.
<http://www.hoy.com.ec/noticias-ecuador/el-estres-laboral-deja-su-marca-287672-287672.html>
- ✓ Informe INEC. “Canasta Familiar tiene un incremento de \$18,81”. Diario Hoy. 26 Julio 2011. <http://www.hoy.com.ec/noticias-ecuador/la-canasta-familiar-tiene-un-incremento-de-1881-490036.html>
- ✓ “Los hogares del país gastan en salud un promedio de \$80,54”. Expreso. 1 Marzo 2010.
<http://expreso.ec/expreso/default.aspx/ediciones/2010/03/01/guayaquil/guayaquil/los-hogares-del-pais-gastan-en-salud-un-promedio-de--8054/>

ARTUCULO EN DIARIO

- ✓ “La Buena y la Mala Alimentación”. Diario Femenino.
- ✓ “Masajes en Bebes y Niños”. Diario Femenino.
- ✓ “Nutrición y Comercio”. Sala Interactiva de Salud.

FUENTES VIRTUALES

- ✓ Arutam. Medicina Tradicional de los Pueblos Indígenas. Octubre de 2000.
<http://arutam.free.fr/Etnomedicina.html>
- ✓ Aula fácil.com. El modelo VRIO. 2000. <http://www.aulafacil.com/estrategia/Lecc-27.htm>
- ✓ Benemérito Cuerpo de Bomberos Voluntarios de Cuenca. Requisitos para permisos. 2008.
http://www.bomberos.gov.ec/page-95-requisitos_para_permisos.htm
- ✓ Crecer Juntos. Masajes de Shantala. <http://www.crecerjuntos.com.ar/shantala.htm>
- ✓ Chávez, Andrea. Nutrinet.org. Condiciones Socio-Económicas.
<http://ecuador.nutrinet.org/ecuador/informacion-general/socio-economia>
- ✓ Definición abc. Recursos Humanos. <http://www.definicionabc.com/economia/recursos-humanos.php>
- ✓ Definición. Masaje. <http://definicion.de/masaje/>
- ✓ Definición. Paciente. <http://definicion.de/paciente/>
- ✓ Ecuador inmediato.com. Registro de Patente se instaura como requisitos indispensable para obtener RUC. 16 de marzo de 2011.
http://ecuadorinmediato.com/index.php?module=Noticias&func=news_user_view&id=145773&umt=Registro%20de%20patente%20se%20instaura%20como%20requisito%20indispensable%20para%20obtener%20el%20RUC
- ✓ Gerencie.com. Concepto y definición de emprendimiento. 12 de junio de 2010
<http://www.gerencie.com/emprendimiento.html>
- ✓ Gestión de Empresas y Negocios. Que es la matriz BCG. 2010.
<http://www.gestionalterna.com.ar/2010/05/28/que-es-la-matriz-bcg/>

- ✓ Guiainfantil.com. La Buena y la mala alimentación. 2000-2012.
<http://www.guiainfantil.com/salud/obesidad/bymalimentos.htm>
- ✓ Guiainfantil.com. Masajes en bebés y niños. 2000-2012.
<http://www.guiainfantil.com/servicios/Masajes/indice.htm>
- ✓ Guna.es. Masaje Shantala para el bebé. http://guna.es/bb_masaje_shantala.php
- ✓ Innatia. Shantala: Masaje para bebés. 2012. <http://www.innatia.com/s/c-tipos-de-masajes/a-shantala-masaje-para-bebe.html>
- ✓ Instituto Nacional de Estadísticas y Censos. Estadísticas.
http://www.inec.gov.ec/estadisticas/?option=com_content&view=article&id=112&Itemid=90&&TB_iframe=true&height=533&width=1164
- ✓ Joythimayananda, Swami. Reequilibrando el cuerpo, la mente y el alma a través de la naturaleza. Agosto de 2011. http://www.masajeayurveda.es/abyangam_es.html
- ✓ Lindisima.com. Masajes: sus beneficios. <http://www.lindisima.com/masajes.htm>
- ✓ Ministerio de Salud Pública. 2012. <http://www.msp.gov.ec/>
- ✓ Organización Mundial de la Salud. Estrategias de la OMS sobre Medicina Tradicional. 2002-2005. http://whqlibdoc.who.int/hq/2002/WHO_EDM_TRM_2002.1_spa.pdf
- ✓ Otra medicina. Com. Masaje Shantala para bebés. 17 de Diciembre de 2008.
<http://www.otramedicina.com/2008/12/17/masaje-shantala-para-bebes-i-tecnica>
- ✓ Promonegociosnet. Concepto de Proyecto. 2005-2009.
<http://www.promonegocios.net/proyecto/concepto-proyecto.html>
- ✓ Radioequinoccio.com. Ecuador: Aumenta en \$28,00 salario básico unificado. 2012.
<http://w.radioequinoccio.com/component/content/article/1-ultimas-noticias/2565-ecuador-aumentan-en-2800-salario-basico-unificado-.html>

- ✓ Riquelme, Claudio. Maternidad del Hospital Cochrane. Técnica de Masaje Shantala. 2009. <http://maternidadcochrane.blogspot.com/2009/07/tecnica-de-masaje-shantala.html>
- ✓ Sala Interactiva de Salud Internacional. Nutrición y Comercio. 2011. http://72.249.20.135/wordpress-mu/ecuador/?page_id=29
- ✓ Salud y Cultura. La salud y el contexto cultural. 2001 http://www.aniortenic.net/apunt_sociolog_salud_2.htm
- ✓ Scribd Inc. El Diamante de Porter, El modelo de las cinco fuerzas de Porter. 2012 <http://es.scribd.com/doc/5914104/Diamante-de-Porter-Las-5-fuerzas-de-Porter>
- ✓ Solo masajes net. Técnicas de masajes. http://www.solomasajes.net/m_tecnica-masajes-2.html#golpeteos
- ✓ Toda terapia. Masaje. Barcelona. <http://www.todoterapias.com/terapias.php?id=92>
- ✓ Viaje por India. Dieta Ayurvédica. 2012. http://www.viajeporindia.com/index/ayurveda/dieta_ayurvedica.html
- ✓ Viaje por India. Masaje Ayurvédico. 2012. http://www.viajeporindia.com/index/ayurveda/masaje_ayurvedico.html
- ✓ Wikipedia. Análisis VRIO. 2012. http://es.wikipedia.org/wiki/An%C3%A1lisis_VRIO
- ✓ Wikipedia. Matriz BCG. 2012. http://es.wikipedia.org/wiki/Matriz_BCG
- ✓ Yoga Inbound. Los Masajes Ayurvédicos. 2012 <http://www.yogainbound.org/ws/salud-inbound/23-ayurveda/132-los-masajes-ayurvedicos>

ANEXOS

ANEXO 1

Gráfico		Datos	
Fecha	VITAL	BÁSICA	
Jan-2011	393.4	548.63	
Feb-2011	395.04	551.24	
Mar-2011	396.04	551.87	
Apr-2011	398.85	555.27	
May-2011	401.03	557.43	
Jun-2011	400.81	556.93	
Jul-2011	403.2	559.41	
Aug-2011	407.49	563.75	
Sep-2011	410.08	567.41	
Oct-2011	413.51	571.08	
Nov-2011	411.24	572.35	
Dec-2011	419.25	578.0404	

Fuente: INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICA Y CENSOS (INEC)

Guardar gráfico

■ VITAL
 ■ BÁSICA
 ■

VITAL

BÁSICA

ANEXO 2



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

ANEXO 3

EJEMPLO ENCUESTA



ENCUESTA

1. NOMBRE

2. EDAD

3. SEXO

Masculino

Femenino

4. OCUPACION

5. \u00bfHA ESCUCHADO SOBRE LOS MASAJES AYURVEDICOS?

Si

No

6. \u00bfLE GUSTARIA SER TRATADO POR MEDIO DE ESTA TECNICA?

Si

No

Por Que

7. \u00bfQUE TIEMPO LE GUSTARIA QUE DURE EL MASAJE?

30 min - 45 min

45 min - 1 hr

8. \u00bfLE GUSTARIA QUE EL SERVICIO SE BRINDE DENTRO O FUERA DE LA CIUDAD?

Dentro

Fuera

9. \u00bfCUANTO ESTARIA DISPUESTO A PAGAR POR ESTE SERVICIO?

\$10 - \$15

\$15 - \$20

Mas de \$20

ANEXO 4

CENTRO DE MASAJEAYURVEDICO

AJAIB.

"La vitalidad del cuerpo es la alegría del espíritu"

Es apropiado para todas las personas sanas o enfermas, jóvenes o ancianos, bebés y embarazadas.

La buena alimentación como pilar del ayurveda nos aporta los nutrientes adecuados, la actividad física y el masaje hacen posible una correcta circulación y eliminación de toxinas.

BENEFICIOS FISICOS:

Tonifica y relaja los tejidos. Elimina la rigidez y mejora la postura. Flexibiliza la columna vertebral y las articulaciones, desintoxica y alivia dolores. Moviliza la grasa corporal para su mejor eliminación.

BENEFICIOS FISIOLÓGICOS:

Mejora el funcionamiento de los órganos y sistemas: circulatorio, digestivo, respiratorio, excretor.

Aumenta la resistencia corporal y la respuesta inmunológica. Abre canales normalizando el flujo de energía nueva y fuerza vital.

BENEFICIOS PSICOLÓGICOS:

Crea conciencia corporal. Claridad mental. Aumenta la autoestima. Mejora la comunicación. Produce calma y alegría. Elimina el cansancio, depresión e insomnio. Disminuye la ansiedad.

REJUVENECE!!!!!!

Dic: Tamborino y Av. Gonzalez Suarez. Telf: 2867660 - 099288251 - 099284926.

ANEXO 5



Comisiones Sectoriales 2011

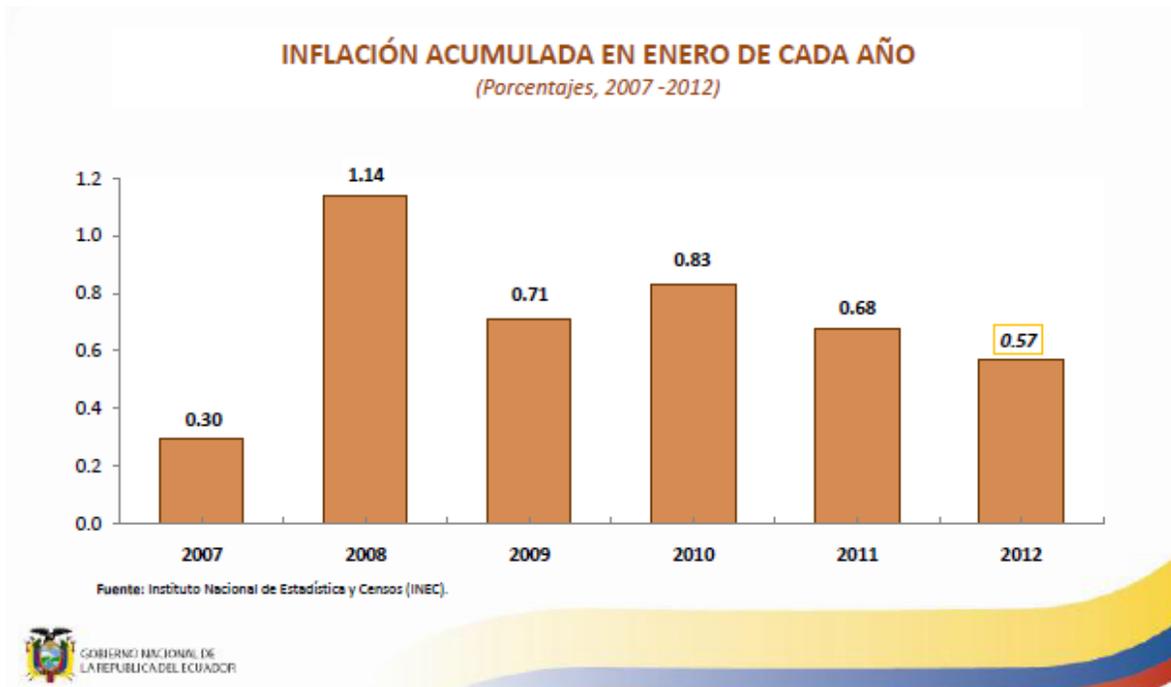
COMISIONES SECTORIALES 2011		SUJUZ02		
NUEVAS REMUNERACIONES MÍNIMAS SECTORIALES 2012		\$ 292,00		
Nº. COMISIÓN SECTORIAL		€2	A	Acuerdo Unánime
1.	AGRICULTURA Y PLANTACIONES	\$ 292,00	\$ 299,30	✓
2.	PRODUCCIÓN Pecuaria	\$ 292,00	\$ 297,84	✓
3.	PESCA, ACUACULTURA Y MARICULTURA	\$ 292,00	\$ 294,92	✓
4.	MINAS, CANTERAS Y YACIMIENTOS	\$ 348,00	\$ 518,00	✓
5.	TRANSFORMACIÓN DE ALIMENTOS (INCLUYE AGRINDUSTRIA)	\$ 292,00	\$ 578,32	✓
6.	PRODUCTOS INDUSTRIALES FARMACÉUTICOS Y QUÍMICOS	\$ 292,00	\$ 299,30	✓
7.	PRODUCCIÓN INDUSTRIAL DE BEBIDAS Y TABACOS	\$ 309,92	\$ 319,04	✓
8.	METALMECÁNICA	\$ 292,00	\$ 305,55	✓
9.	ARTESANÍAS	\$ 292,00	\$ 301,11	✓
10.	PRODUCTOS TEXTILES, CUERO Y CALZADO	\$ 292,58	\$ 296,38	✓
11.	VEHÍCULOS, AUTOMÓTORES, CARROCERÍAS Y SUS PARTES	\$ 292,00	\$ 303,68	✓
12.	TECNOLOGÍA: HARDWARE Y SOFTWARE (INCLUYE TIC'S)	\$ 292,00	\$ 337,36	✓
13.	ELECTRICIDAD, GAS Y AGUA	\$ 292,00	\$ 308,02	✓
14.	CONSTRUCCIÓN	\$ 292,00	\$ 322,72	✓
15.	COMERCIALIZACIÓN Y VENTA DE PRODUCTOS	\$ 292,00	\$ 303,10	✓
16.	TURISMO Y ALIMENTACIÓN	\$ 292,44	\$ 293,90	✓
17.	TRANSPORTE Y LOGÍSTICA	\$ 308,40	\$ 914,55	✗
18.	SERVICIOS FINANCIEROS	\$ 292,00	\$ 325,45	✓
19.	ACTIVIDADES TIPO SERVICIOS	\$ 292,00	\$ 372,72	✓
20.	ENSEÑANZA	\$ 292,00	\$ 439,96	✓
21.	ACTIVIDADES DE SALUD	\$ 292,00	\$ 314,97	✓
22.	ACTIVIDADES COMUNITARIAS	\$ 292,29	\$ 631,19	✗



20 Acuerdos Unánimes RMS

Salario Básico Unificado 2012 - \$ 292

ANEXO 6



ANEXO 7

INFLACION ANUAL

FECHA	VALOR
Abril-30-2012	5.42 %
Marzo-31-2012	6.12 %
Febrero-29-2012	5.53 %
Enero-31-2012	5.29 %
Diciembre-31-2011	5.41 %
Noviembre-30-2011	5.53 %
Octubre-31-2011	5.50 %
Septiembre-30-2011	5.39 %
Agosto-31-2011	4.84 %
Julio-31-2011	4.44 %
Junio-30-2011	4.28 %
Mayo-31-2011	4.23 %
Abril-30-2011	3.88 %
Marzo-31-2011	3.57 %
Febrero-28-2011	3.39 %
Enero-31-2011	3.17 %
Diciembre-31-2010	3.33 %
Noviembre-30-2010	3.39 %
Octubre-31-2010	3.46 %
Septiembre-30-2010	3.44 %
Agosto-31-2010	3.82 %
Julio-31-2010	3.40 %
Junio-30-2010	3.30 %
Mayo-31-2010	3.24 %

Fuente: Banco Central Del Ecuador

ANEXO 8
DOCUMENTOS



SRI
...le hace bien al país!

**REGISTRO UNICO DE CONTRIBUYENTES
PERSONAS NATURALES**

NUMERO RUC: 0105049621001

APELLIDOS Y NOMBRES: NUÑEZ DAZA DANIEL EDUARDO

NOMBRE COMERCIAL:

CLASE CONTRIBUYENTE: OTROS **OBLIGADO LLEVAR CONTABILIDAD:** NO

CALIFICACIÓN ARTESANAL: **NUMERO:**

FEC. NACIMIENTO: 25/03/1977 **FEC. ACTUALIZACION:** 03/03/2011

FEC. INICIO ACTIVIDADES: 22/11/2010 **FEC. SUSPENSION DEFINITIVA:**

FEC. INSCRIPCION: 22/11/2010 **FEC. REINICIO ACTIVIDADES:**

ACTIVIDAD ECONOMICA PRINCIPAL:

ACTIVIDADES REALIZADAS POR MEDICOS.

DOMICILIO TRIBUTARIO:

Provincia: AZUAY Cantón: CUENCA Parroquia: SAN BLAS Calle: CORONEL VARGAS MACHUCA Número: 11-37
Intersección: MARISCAL LAMAR Referencia: A MEDIA CUADRA DE LA PLAZA ROTARY. Teléfono: 072834967

DOMICILIO ESPECIAL:

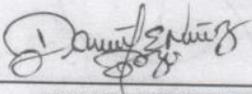
OBLIGACIONES TRIBUTARIAS:

* DECLARACIÓN MENSUAL DE IVA

Las personas naturales que superen los límites establecidos en el Reglamento para la Aplicación de la Ley de Equidad Tributaria, estarán obligadas a llevar contabilidad, convirtiéndose en agentes de retención, y no podrán acogerse al Régimen Simplificado (RISE)

Si supera los montos establecidos en el reglamento estará obligado a llevar contabilidad para el siguiente ejercicio fiscal y la presentación de sus obligaciones será mensual.

# DE ESTABLECIMIENTOS REGISTRADOS:	del 001 al 002	ABIERTOS:	2
JURISDICCION:	REGIONAL DEL AUSTRO AZUAY	CERRADOS:	0



FIRMA DEL CONTRIBUYENTE



SERVICIO DE RENTAS INTERNAS

Usuario: EMPULLA **Lugar de emisión:** AZOGUES/SERRANO S/N.Y **Fecha y hora:** 03/03/2014 11:11:15

Página 1 de 2

Sri.gov.ec

REGISTRO UNICO DE CONTRIBUYENTES PERSONAS NATURALES



NUMERO RUC: 0105049621001
APELLIDOS Y NOMBRES: NUÑEZ DAZA DANIEL EDUARDO

ESTABLECIMIENTOS REGISTRADOS:

No. ESTABLECIMIENTO: 001 **ESTADO** ABIERTO MATRIZ **FEC. INICIO ACT.** 22/11/2010
NOMBRE COMERCIAL: **FEC. CIERRE:**
ACTIVIDADES ECONÓMICAS: **FEC. REINICIO:**
ACTIVIDADES REALIZADAS POR MEDICOS.

DIRECCIÓN ESTABLECIMIENTO:

Provincia: AZUAY Cantón: CUENCA Parroquia: SAN BLAS Calle: CORONEL VARGAS MACHUCA Número: 11-37 Intersección: MARISCAL LAMAR Referencia: A MEDIA CUADRA DE LA PLAZA ROTARY. Telefono Domicilio: 072834967

No. ESTABLECIMIENTO: 002 **ESTADO** ABIERTO **FEC. INICIO ACT.** 24/01/2011
NOMBRE COMERCIAL: **FEC. CIERRE:**
ACTIVIDADES ECONÓMICAS: **FEC. REINICIO:**
ACTIVIDADES REALIZADAS POR MEDICOS.
ACTIVIDADES DE MASAJES PARA RELAJACION.

DIRECCIÓN ESTABLECIMIENTO:

Provincia: CAÑAR Cantón: AZOGUES Parroquia: BORRERO Calle: AV. ELOY ALFARO Número: S/N Referencia: A UNA CUADRA DE LA URBANIZACION LOS OLIVOS. Celular: 099288251

FIRMA DEL CONTRIBUYENTE

SERVICIO DE RENTAS INTERNAS

Usuario: EMPULLA **Lugar de emisión:** AZOGUES/SERRANO S/N-Y **Fecha y hora:** 03/03/2011 11:11:15

Patrimonio Cultural y Urbano del Ecuador



Planificando el futuro de la Ciudad y sus Parroquias
DIRECCION FINANCIERA

PATENTE MUNICIPAL de comerciantes, industriales y por el ejercicio de actividades de orden economico correspondiente al periodo : 2011

Cédula/RUC: 0105049621

Valor: USD 11.01

Apellidos-Nombres/Razón Social: NUÑEZ DAZA DANIEL EDUARDO/CENTRO DE MASAJE AYURVEDICO AJAIB

Dirección: AV. ELOY ALAFARO S/N SECTOR CHARAZOL- PARROQUIA BORRERO

De conformidad a lo establecido por Ley de Régimen Municipal y la reforma a la ordenanza de impuesto de patentes municipales se confiere en esta fecha la presente patente.

Azogues, miércoles 16 de febrero de 2011

DIRECTOR FINANCIERO

JEFE DE RENTAS



**EL CUERPO DE BOMBEROS VOLUNTARIOS DE
LA CIUDAD DE AZOGUES Y
EL DEPARTAMENTO DE PREVENCIÓN
CONTRA INCENDIOS**



Nº 010323

En uso de sus atribuciones establecidas en la Ley de Defensa Contra Incendios, en su Art. 35, concede el presente Permiso de Funcionamiento:

Local: Centro de Hojales Propietario: Sr. D. David Nuñez Ochoa Valor \$: 17:
Dirección: Av. Eloy Alfaro s/n Sede Chousal (Vía Quizguá)
Lugar y Fecha de Expedición: Azogues, a 27 de Septiembre Del 2011
Válido hasta el: 31 de Diciembre de 2011

Por haber llenado todos los requisitos puntualizados en el Reglamento General de dicha Ley.

ABNEGACIÓN Y DISCIPLINA

JEFE DEL DEPARTAMENTO DE PREVENCIÓN
CONTRA INCENDIOS DEL C.B.V.A.

TESORERO DEL CUERPO DE BOMBEROS
VOLUNTARIOS DE AZOGUES

Teléfono: 2240-188 // Central de Asistencia 911 // Emergencia 102 // E-mail: bomberopj@hotmail.com



DIRECCION PROVINCIAL DE SALUD DEL CAÑAR
ADMINISTRACION DE CAJA
COMPROBANTE DE INGRESO A CAJA

Número:	000038530		
Fecha:	Lunes, 07 de febrero de 2011		
Recibo del Señor(a):	DANIEL NUNEZ D		
La Cantidad de:	SEIS DOLARES CON TREINTA Y CUATRO CENTAVOS		
CODIGO:	POR EL SIGUIENTE CONCEPTO:	VALOR:	
13.01.06	Especies Fiscales	0.00	
13.01.08	Prestacion de Servicios	0.00	
13.01.12	Permisos, Licencias, Patentes 2747	6.34	
17.02.02	Edificios, Locales, Residencias	0.00	
17.04.99	Otras Multas	0.00	
		TOTAL	6.34
EXPLICACION:			
PERMISO DE FUNCIONAMIENTO DEL AÑO 2011			
ELABORADO POR:	RECIBI:	ES CONFORME:	BENEFICIARIO:
GMMO	TESORERIA	DIR. FINANC.	<i>[Signature]</i>

GOBIERNO LOCAL
2009 - 2014
DEPARTAMENTO CONTROL URBANO



**CALIFICACION DE USO DE
SUELO**

AZOGUES, 15 de Febrero 2011

PROPIETARIO:	Sr. Núñez Daza Daniel Eduardo.
DIRECCION:	Calle Eloy Alfaro.

LOS SUCRITOS LUEGO DE REVISADA LA DOCUMENTACIÓN PRESENTADA POR EL SEÑOR NUÑEZ DAZA DANIEL EDUARDO.

INFORMA QUE SE HA VERIFICADO EL CUMPLIMIENTO DE LOS REQUISITOS ESTABLECIDOS EN LA ORDENANZA QUE REGLAMENTA EL USO DE SUELO URBANO Y RURAL DEL CANTON AZOGUES.

CENTRO DE MASAJES DE RELAJACION Y REJUVENECIMIENTO.

EN EL TERRENO DE PROPIEDAD DEL SEÑOR MATOVELLE ORMAZA PATRICIO JAVIER., CUYAS CARACTERÍSTICAS PRINCIPALES SON LAS SIGUIENTES:

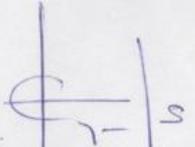
SOLICITANTE:	Sr. Núñez Daza Daniel Eduardo.
PROPIETARIO:	Sr. Matovelle Ormaza Patricio Javier.
CLAVE CATASTRAL:	50105002230060000
AREA DEL PREDIO:	1863.84m ²
PROPIO: ()	ARRENDADA: (X)

LA TASA QUEDA FIJADA EN: S 75.36 EQUIVALENTE AL DOS POR MIL DEL VALOR IMPONIBLE CORRESPONDIENTE AL AVALUO COMERCIAL DEL PREDIO S 37679.29

OBSERVACIONES: La presente Calificación de Uso de Suelo se emite con una duración de 360 días.


JEFE DE CONTROL URBANO




JEFE DE SECCION DE APROBACIÓN
DE PLANOS

ANEXO 9
FOTOS DEL LOCAL











