



SPA
“PENSANDO EN ELLA Y EL”

PRIMAVERA
SANTA FE DE ANTIOQUIA
2009



SPA
“PENSANDO EN ELLA Y EL”
Plan de Negocios



PRIMAVERA
Antioquia.
Santa fe de Antioquia, Agosto, 2009



DERECHOS RESERVADOS © 2009 Alejandra Patricia Durango Holguín y Erica Yazmin Higuita – Estudiantes de tecnología en mercadeo ESUMER.
alycuin284@yahoo.es , yazmerry@hotmail.com

SPA
PRIMAVERA
Contenido - Plan de Negocio

RESUMEN EJECUTIVO

1. INFORMACIÓN SOBRE LOS INTEGRANTES DEL GRUPO DE TRABAJO	11
2. PROPÓSITO DEL PLAN DE NEGOCIOS	12
3. INFORMACIÓN GENERAL DE LA EMPRESA	13
3.1. Nombre de la Empresa	13
3.2. Descripción de la Empresa	13
3.3. Misión de la Empresa	13
3.4. Objetivos a corto, mediano y largo plazo	14
3.5. Ventajas Competitivas	15
3.6. Necesidad o problema que se quiere intervenir	15
3.7. Relación de productos y/o servicios	15
3.8. Justificación del Negocio	21
3.9. Análisis del entorno y del sector	21
3.10. Conocimientos para entrar en el Negocio	22
4. ANALISIS DEL MERCADO	24
4.1. Objetivos de Mercadeo	24
4.2. Descripción del Portafolio de Bienes y/o Servicios	24
4.3. El Mercado Meta de los Bienes y/o Servicios	25
4.3.1. El Mercado Meta	25

4.3.2.	Estudio del Mercado Consumidor	26
4.4.	El Mercado Proveedor	40
4.4.1.	Proveedores	40
4.4.2.	Estudio del Mercado de Proveedor	45
4.5.	El Mercado Competidor	49
4.5.1.	Competidores	49
4.5.2.	Estudio del Mercado Competidor	50
4.6.	El Mercado Distribuidor	53
4.6.1.	Distribución	53
4.6.2.	Distribución a través de terceros (En caso de ser aplicable)	53
4.6.3.	Distribución Directa (En caso de ser aplicable)	54
4.6.4.	Manejo de Inventarios	54
4.6.5.	Comunicación	54
4.6.6.	Actividades de promoción y divulgación	55
4.7.	Precios de los Productos	55
4.7.1.	Factores que influyen en la determinación de los precios de los productos	55
4.7.2.	Los Precios de los productos tomando como base los Costos	55
4.7.3.	Los Precios de los Productos propuestos	58
4.7.4.	Política de Precios	58
4.8.	Costos asociados a las Actividades de Comercialización	58
4.9.	Riesgos y Oportunidades del mercado	58
4.10.	Plan de ventas	59

5. ASPECTOS TÉCNICOS (ANÁLISIS DE LA PRODUCCIÓN)	61
5.1. Objetivos de producción	61
5.2. Descripción del proceso de producción	62
5.3. Capacidad de producción	108
5.4. Plan de Producción	109
5.5. Recursos materiales y humanos para la producción	111
5.5.1. Locaciones	111
5.5.2. Requerimientos de maquinaria, equipos, muebles y enseres.	116
5.5.3. Requerimientos de materiales e insumos.	119
5.5.4. Requerimientos de servicios.	124
5.5.5. Requerimientos de personal.	124
5.6. Programa de producción	124
6. ASPECTOS ADMINISTRATIVOS	126
6.1. Procesos Administrativos	126
6.1.1. Descripción de los procesos administrativos	126
6.1.2. Procesos administrativos externalizados	126
6.2. Estructura Organizacional del Negocio	126
6.2.1. Organigrama	126
6.2.2. Descripción funcional de la Organización	128
6.3. Recursos materiales y humanos para la administración	130
6.3.1. Locaciones	130
6.3.2. Requerimientos de equipos, software, muebles y enseres.	132

6.3.3.	Requerimientos de materiales de oficina.	132
6.3.4.	Requerimientos de servicios.	132
6.3.5.	Requerimientos de personal	133
6.4.	Programa de administración	133
7.	ASPECTOS LEGALES	134
7.1.	Tipo de Organización empresarial	134
7.2.	Certificaciones y gestiones ante entidades publicas	142
8.	ASPECTOS FINANCIEROS	143
8.1.	Estructura Financiera del proyecto	143
8.1.1.	Recursos Propios	143
8.1.2.	Créditos y Prestamos Bancarios	143
8.2.	Ingresos y Egresos	146
8.2.1.	Ingresos	146
8.2.1.1	Ingresos Propios del Negocio.	146
8.2.1.2	Otros Ingresos	147
8.2.2.	Egresos	147
8.2.2.1.	Inversiones	147
8.2.2.2.	Costos	150
8.2.2.3.	Gastos	154
8.2.2.4.	Gastos Financieros	159
8.3.	Estados Financieros Proyectados	159
8.3.1.	Flujo de Caja	159

8.3.2.	Estado de Perdidas y Ganancias (Estado de Resultados)	161
8.3.3.	Balance General	162
8.4.	Evaluación financiera del proyecto	165
8.4.1.	Valor Presente Neto	165
8.4.2.	Tasa Interna de Retorno	165
8.4.3.	Indicadores Financieros proyectados	164
8.4.4.	Análisis de sensibilidad (Variación de la Demanda)	173
8.4.5.	Análisis de sensibilidad (Variación del Precio)	177
9.	CONSIDERACIONES FINALES	181
	REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	186

RESUMEN EJECUTIVO

Santa fe de Antioquia es un sitio turístico y reconocido por sus costumbres, su clima cálido y por sus antioqueños que son muy pujantes para salir a delante por tales motivos dos alumnas estudiantes de mercadeo convenio con ESUMER, ACIET Y SENA hicieron una investigación de la necesidad de un Spa en el municipio para ayudar a sus habitantes a relajarse, brindando bienestar, descanso y salud ya que diariamente desarrollan actividades las cuales se convierten en una rutina que según los resultados de la encuesta realizada determino que esta afecta su cuerpo somatizándose en estrés, cansancio y agotamiento causando falencia en su salud.

Con lo anterior se llego a la conclusión de que un Spa es necesario en el municipio de Santas fe de Antioquia ya que existe la necesidad de este y hay una demanda insatisfecha la cual se puede aprovechar.

Datos de la empresa:

SPA PRIMAVERA



“Pensando en ella y el”

Misión de la Empresa

Es una empresa SPA PRIMAVERA, dedicada a la salud y belleza del usuario, fundamentada en la ética, responsabilidad y confianza, contando con un equipo de trabajo comprometido y calificado para desarrollar un excelente servicio de masajes, brindando beneficios que contribuyen a la calidad de vida de los usuarios de Santa Fe de Antioquia. Este servicio está dirigido a personas mayores de 15 años hasta 54 años porque son las edades adecuadas para realizar este servicio de masajes.

VISION.

El SPA PRIMAVERA sera reconocida como un modelo de empresa por ofrecer los mejores servicios y de la mas alta calidad adelantándonos a las necesidades de la salud y el bienestar de todas los clientes de Santa fe de Antioquia, para ello, se cuenta con un ambiente en el cual los clientes puedan relajarse y descansar, con un equipo de trabajo comprometido y calificado para cumplir con esta visión.

VALORES.

Responsabilidad. Ser cumplido con cada cliente en el momento de su cita, dar un excelente servicio y prestar atencion a lo que el desea.

Respetar. A cada clienta sus preferencias y opiniones ya que esto genera mas armonia entre ellos y usted.

Servicio. Satisfacer todas las necesidades de cada cliente, con el fin de que queden satisfechos con su servicio y sean fieles al Spa.

OBJETIVOS A CORTO, MEDIANO Y LARGO PLAZO

OBJETIVO GENERAL.

Determinar la viabilidad de creación de un SPA por medio del plan de negocios para los clientes del municipio de Santa Fe de Antioquia.

OBJETIVOS ESPECIFICOS.

- Elaborar un estudio técnico de los servicios de masaje y anti estrés en Santa Fe de Antioquia.
- Crear un proceso administrativo bien estructurado para lograr tener un control de la empresa SPA PRIMAVERA en Santa Fe de Antioquia.
- Establecer un plan general de logros enfatizando la creatividad para encontrar medios nuevos y mejores de desempeñar el servicio en la empresa SPA PRIMAVERA en Santa Fe de Antioquia.
- Hacer una buena distribución del equipo de trabajo de acuerdo a sus habilidades y/o capacidades.
- Poner en práctica la filosofía de participación por los afectados por la toma de decisiones en la empresa SPA PRIMAVERA en Santa Fe de Antioquia.
- Sugerir las acciones correctivas cuando sean necesarias en la empresa SPA PRIMAVERA en Santa Fe de Antioquia.
- El SPA PRIMAVERA es una empresa unipersonal, según su análisis financiero tiene una buena rentabilidad en el municipio

1. INFORMACIÓN SOBRE LOS INTEGRANTES DEL GRUPO DE TRABAJO

Nombre y Apellidos Alejandra Durango Holguín.			
Identificación:	21.501.515	Teléfono: 853 38-55	Celular: 314885 2121
Dirección:	Calle 13 No 6-135	Barrio: La Variante	
Ciudad	Santa fe de Ant.	Correo electrónico:	<u>Alycuin284@yahoo.es</u>
Estudios:	Técnicos Mesoterapia	Tecnológicos	Universitarios
Otros Estudios:	Administración documental, servicio al cliente, digitación de textos 1 y2		

Nombre y Apellidos Erica Yazmín Higuita			
Identificación:	1.022.029.824	Teléfono 853 38-55	Celular: 314 762 4021
		:	
Dirección:	Calle 13 N 16ª- 27	Barrio: San Antonio	
Ciudad	Santa fe de Ant.	Correo electrónico:	<u>yazmerry@hotmail.com</u>
Estudios:	Técnicos	Tecnológicos	Universitarios
Otros Estudios:	Informática básica, servicio al cliente, actualización de normas secretariales y cooperativismo básico.		

2. PROPÓSITO DEL PLAN DE NEGOCIOS

Las razones por las cuales se está realizando este proyecto son: personales donde se puede ser independiente laboralmente y ayudar a fomentar empleo, y académicas como trabajo de grado para la universidad de ESUMER demostrando así los conocimientos adquiridos en la tecnología de mercadeo hasta el momento.

3. INFORMACIÓN GENERAL DE LA EMPRESA

3.1 Nombre de la Empresa

SPA PRIMAVERA este nombre representa la mejor estación del año es donde las flores son frescas, brillantes, verdes y muestran todo su resplandor y florecimiento, es precisamente lo que la empresa quiere ofrecer a sus clientes después de haber obtenido los servicios que allí se van a ofrecer, ya que estos les van a ayudar a su cuerpo a combatir todo el estrés que tienen recopilado debido a la rutina diaria a la cual están sometidos, también les ayudara a las personas que les gusta verse bellas y mostrar todo el resplandor de su juventud por estas razones y por medio del estudio de mercado que se realizo en Santa fe de Antioquia se llego a la determinación de la viabilidad de crear el spa para prestar los servicios de masajes, turco y jacuzzi que combatirá estas necesidades que se están presentando en el municipio.

3.2 Descripción de la Empresa

El tipo de organización del SPA PRIMAVERA es unipersonal la cual se dedicara a ofrecer servicios de: Relajación, Reducción, Anti-celulitis, Faciales, Turco y Jacuzzi, para todo esto se cuenta con un equipo de trabajo comprometido y calificado para ofrecer estos servicios en Santa fe de Antioquia, prestando un excelente servicio con calidad, brindando confianza al cliente, con la maquinaria y equipo necesaria para prestar el servicio, con un personal profesional en masoterapia y con precios módicos que estén al alcance de la comunidad Santafereña.

3.3 Misión de la Empresa

Es una empresa SPA PRIMAVERA, dedicada a la salud y belleza del usuario, fundamentada en la ética, responsabilidad y confianza, contando con un equipo de trabajo comprometido y calificado para desarrollar un excelente servicio de masajes, brindando beneficios que contribuyen a la calidad de vida de los usuarios de Santa Fe de Antioquia. Este servicio está dirigido a personas mayores de 15 años hasta 54 años porque son las edades adecuadas para realizar este servicio de masajes.

VISION.

El SPA PRIMAVERA sera reconocida como un modelo de empresa por ofrecer los mejores servicios y de la mas alta calidad adelantándonos a las necesidades de la salud y el bienestar de todas los clientes de Santa fe de Antioquia, para ello, se cuenta con un ambiente en el cual los clientes puedan relajarse y descansar, con un equipo de trabajo comprometido y calificado para cumplir con esta visión.

VALORES.

Responsabilidad. Ser cumplido con cada cliente en el momento de su cita, dar un excelente servicio y prestar atencion a lo que el desea.

Respetar. A cada clienta sus preferencias y opiniones ya que esto genera mas armonia entre ellos y usted.

Servicio. Satisfacer todas las necesidades de cada cliente, con el fin de que queden satisfechos con su servicio y sean fieles al Spa.

3.4 Objetivos a corto, mediano y largo plazo

OBJETIVO GENERAL.

Determinar la viabilidad de creación de un SPA por medio del plan de negocios para los clientes del municipio de Santa Fe de Antioquia.

OBJETIVOS ESPECIFICOS.

- Elaborar un estudio técnico de los servicios de masaje y anti estrés en Santa Fe de Antioquia.
- Crear un proceso administrativo bien estructurado para lograr tener un control de la empresa SPA PRIMAVERA en Santa Fe de Antioquia.
- Establecer un plan general de logros enfatizando la creatividad para encontrar medios nuevos y mejores de desempeñar el servicio en la empresa SPA PRIMAVERA en Santa Fe de Antioquia.
- Hacer una buena distribución del equipo de trabajo de acuerdo a sus habilidades y/o capacidades.
- Poner en práctica la filosofía de participación por los afectados por la toma de decisiones en la empresa SPA PRIMAVERA en Santa Fe de Antioquia.
- Sugerir las acciones correctivas cuando sean necesarias en la empresa SPA PRIMAVERA en Santa Fe de Antioquia.

3.5 Ventajas Competitivas

La empresa SPA PRIMAVERA, se diferenciara de la competencia porque tendrá un sitio bien estructurado, con maquinaria y equipo de trabajo especializado para desempeñar este servicio y se dará a conocer al mercado para generar confianza al usuario, el servicio post-venta que se le dará al cliente serán guías básicas que le ayudaran a fortalecer los resultados obtenidos después del servicio de masajes, ofrecerle la confianza al cliente para que en el momento que se le presenta alguna duda cuente con la accesoria profesional. La distribución del servicio será por el canal directo (proveedor-cliente final).

3.6 Necesidad o problema que se quiere intervenir

La necesidad que se presenta en Santa Fe de Antioquia es de bienestar y descanso. En el mundo actual se desarrollan todas las actividades con mucha premura y presión somatisando todo esto en el cuerpo y causando malestares como: cansancio y agotamiento por tales motivos y por la investigación que se realizó para determinar la viabilidad de un Spa en el municipio se llegó a la conclusión que este hace falta, ya que ayudaría a la comunidad a mejorar su calidad de vida y a su salud.

3.7 Relación de productos y/o servicios

La empresa SPA PRIMAVERA ofrece un amplio portafolio de servicios para todos los gustos de las personas y según la necesidad que tenga, a continuación se nombran uno por uno indicando los beneficios, tiempo e insumos que cada uno lleva:

Beneficios del masaje de relajación.

Los masajes de relajación, ya sea con Aromaterapia, aceites naturales, buscan precisamente relajar, pero no sólo el cuerpo sino también la mente los masajes favorecen la liberación de endorfinas, hormonas que actúan como los antidepresivos naturales del organismo y que generan en los seres humanos emociones positivas de relaxo y bienestar.

Un buen masaje de relajación dura aproximadamente una hora y ha de combinar maniobras largas y suaves, combinadas con fricciones, amasamientos y roces suaves. Durante ese tiempo se trabajan piernas, muslos, glúteos, espalda, cuello, brazos, manos, dedos, abdomen y cara. Debe llevarse a cabo en un lugar cálido y tranquilo, con "música de relajación de fondo, aroma terapia, una vela, aceites esenciales y cremas para masajes de acuerdo al gusto de la persona. Masaje de relajación

NOMBRE	CANTIDAD	V/R UNITARIO	V/R TOTAL
Insumos			
Aceite de naranja	50 ml	33 ml	\$ 1.650
Aceite de canela	50 ml	29 ml	\$ 1.450
Aceite de rosas	50 ml	29 ml	\$ 1.450
Aceite relajante	50 ml	29 ml	\$ 1.450
Aromaterapia	10 grm	4 grm	\$ 40
Gorro	1 und	500	\$ 500
Guantes	1 und	500	\$ 500
Tapa bocas	1 und	500	\$ 500
Velas	3 unds	1.000	\$ 3.000
Total insumos			\$ 10.540
m.o.d			
Masajista	1	2.500	\$ 2500
Aux. de masajista	1	2.083	\$ 2083
Total m.o.d			\$ 4583
Costo total			\$ 15.123

Beneficios del masaje de reducción.

Para reducir esas molestas zonas del cuerpo en que se acumulan los excesos de grasas. Tratamiento para el sobrepeso o viviendo el calvario de esas estrictas dietas extremas. Sin embargo, en el último tiempo, los masajes reductivos han cobrado relevancia entre quienes intentan reducir unos centímetros de su cuerpo.

Los masajes son un cambio de hábito en la alimentación de los pacientes hacen presagiar un buen resultado, disminuyendo en ocasiones hasta 10 centímetros en las zonas tratadas. Para tener una idea más clara sobre este tipo de masajes y sus de objetivo de esta terapia consiste en “combatir las grasas acumuladas en ciertas partes del cuerpo, en especial, muslos, cinturas, caderas y el abdomen mediante masajes y la aplicación de ciertos productos”.

Tipos de mecanismos reductivos.

Con el tiempo se han ido incorporando nuevas técnicas a las maniobras reductivas, sumando a los masajes los tratamiento con maquinas. Entre ellos se encuentran:

Fricciones: es el más superficial y consiste en deslizar la mano por la superficie. La presión es continúa en dirección centrifuga.

Amasamiento: Es una manipulación profunda, destinada a estimular el aparato neuromuscular. Se realiza levantando, desplazando y comprimiéndolas una contra otra las fibras musculares.

Pinzamiento: Este masaje consiste en golpear la masa muscular con las dos manos, tiene efecto excitante, mejorando la circulación y la nutrición muscular.

Vibraciones: Este masaje consiste en transmitir a la zona del cuerpo trabajada movimientos oscilatorios de máxima frecuencia.

Drenaje: Consiste en hacer llegar a los territorios linfáticos el exceso de líquido acumulado a través del cuerpo.

Masaje de reducción			
NOMBRE	CANTIDAD	V/R UNITARIO	V/R TOTAL
Insumos			
Gránulos de avena	5 ml	300 ml	1.500
Jabón de avena	10 ml	9 ml	90
Aceite de naranja	45 ml	33 ml	1.650
Aceite de algas marinas	45 ml	29 ml	1.305
Aceite de romero	45 ml	29 ml	1.450
Gel termoreductor	10 grm	28 grm	280
Papel osmótico			
vendas de algodón			
Gorro	1 und	500	500
Guantes	1 und	500	500
Tapa bocas	1 und	500	500
Total insumos			7.775
m.o.d			
Masajista	1	2.500	2500
Aux. de masajista	1	2.083	2083
Total m.o.d			4583
Costo total			12.358

Beneficios del masaje de celulitis.

La celulitis es un término común usado para describir los depósitos de grasa atrapados debajo de la piel que causan los hoyuelos de las caderas, los muslos, y el abdomen.

El masaje de celulitis ayuda a la circulación y el drenaje linfático, reduce espasmos musculares y deshace adhesiones. El masaje linfático en si mismo puede eliminar los fluidos acumulados pero como tratamiento para la celulitis, tiene un efecto mínimo. Teóricamente, el masaje manual combinado con un masaje linfático puede portar a la reducción de la celulitis, por causa de suavizamiento del tejido blando y la eliminación de fluido excesivo.

Solamente un aparato mecanizado con parámetros regulados como la vacunterapia puede obtener resultados confiables para la reducción de la celulitis.

- Mejoramiento de la circulación
- Reducción del acumulamiento de fluido Estimulación del metabolismo de la grasa Reducción de la grasa localizada
- Protección de los tejidos

Masaje de celulitis			
NOMBRE	CANTIDAD	V/R UNITARIO	V/R TOTAL
Insumos			
Aceite de naranja	35ml	33 ml	\$ 1.155
Aceite de parafina	5 grm	91 grm	\$ 455
Aceite de algas marinas	30 ml	29 ml	\$ 870
Firm body anticelulitico	10 grm	51 grm	\$ 510
loción corporal anticelulitis	10 ml	45 ml	\$ 450
Gorro	1 und	500	\$ 500
Guantes	1 und	500	\$ 500
Tapa bocas	1 und	500	\$ 500
Total insumos			\$ 4.940
m.o.d			
Masajista	1	2.500	\$ 2.500
Aux. de masajista	1	2.083	\$ 2.083
Total m.o.d			\$ 4.583
Costo total			\$ 9.523

Beneficios del masaje de facial.

El masaje facial abarca un conjunto de técnicas basadas en manipulaciones manuales sobre el cutis con el propósito de que los tejidos cutáneos dérmicos y musculares conserven por el mayor tiempo posible su elasticidad y firmeza, y dar de esta forma al rostro una apariencia juvenil y hermosa.

Es además, un tratamiento de belleza muy común y buscado, principalmente por hombres y mujeres, ya que como todo masaje, llena la piel de grandes beneficios. Y dado que nuestra cara es nuestra carta de presentación, vale la pena mantenerla firme, elástica y radiante.

- Activa circulación sanguínea
- Mejora circulación linfática
- Acelera la regeneración celular del cutis
- Aumenta la producción de glóbulos rojos
- Elimina toxinas
- Elimina bolsas en los ojos
- Elimina ojeras
- Mejora el contorno facial

Masaje facial			
NOMBRE	CANTIDAD	V/R UNITARIO	V/R TOTAL
Insumos			
Leche limpiadora	5 grm	91 grm	\$ 455
Mascarilla de barro	5 grm	100 grm	\$ 500
Gel refrescante de aloe vera	5 grm	76 grm	\$ 380
Gel exfoliante facial	5 grm	101 grm	\$ 505
Mascarilla de oxigeno	5 grm	111 grm	\$ 555
Mascarilla de papaina	5 grm	96 grm	\$ 480
Aminoacido de colageno	3ml	517 ml	\$ 1.551
Gorro	1 und	500	\$ 500
Guantes	1 und	500	\$ 500

Tapa bocas	1 und	500	\$ 500
Total insumos			\$ 5.926
m.o.d			
Masajista	1	2.500	\$ 2500
Aux. de masajista	1	2.083	\$ 2083
Total m.o.d			\$ 4583
Costo total			\$ 10.509

Beneficios del turco.

En turco el calor se genera al calentar agua y evaporarse a lo largo de toda la sala, creando una especie de neblina, que al posarse sobre la superficie corporal formará gotas asemejándose al sudor, haciendo la función de dispersar el calor y refrigerar el cuerpo.

Beneficios:

- El calor acelera las funciones metabólicas, aumentando la respiración, la frecuencia cardiaca y estimulando por tanto el sistema nervioso y hormonal.
- El vapor produce una equilibrada dilatación de los poros, que elimina toxinas e impurezas.
- Al dilatarse los poros y entrar el vapor de agua se produce una limpieza de la piel, quedando suave.
- Al humidificarse las vías aéreas se produce un efecto expectorante, útil en situaciones de resfriado, tos, sinusitis y otras afecciones del sistema respiratorio.
- El sistema cardiorespiratorio aumenta su capacidad de intercambio de oxígeno y ventilación, produciéndose beneficios en los procesos de recuperación de esfuerzo.
- Influye en la limpieza de los genitales femeninos y alivia los síntomas de la menstruación por la acción del calor.

Indicado para adolescentes con problemas de acné al limpiar los poros en profundidad. También útil antes del afeitado al suavizar la piel

Beneficios del jacuzzi.

Al utilizar un jacuzzi, el cuerpo queda sumergido en el agua a una temperatura de 39° aproximadamente. Esto se combina con aire, burbujas y presión para producir una corriente de agua que brindará un masaje corporal en todas las direcciones. Los beneficios jacuzzi son para la circulación arterial, relaja los músculos y abre los poros favoreciendo la eliminación de toxinas y combatiendo el cansancio y la tensión

nerviosa. También alivia los dolores de artritis, bursitis y cualquier enfermedad ósea o muscular.

También es recomendable para la úlcera de estómago y para la recuperación de fracturas y lesiones musculares. Uno de los beneficios más importantes es que alivia el cansancio, el stress y el insomnio provocando la relajación necesaria.

3.8 Justificación del Negocio

Los servicios de masajes y anti estrés que ofrecerá el SPA PRIMAVERA en el mercado ayudara a solucionar el problema planteado de la salud y belleza, al usuario a mejorar su calidad de vida, la rutina que llevan constantemente los malestares físicos que se generan por todas las actividades que se desarrollan día a día con mucha premura y presión ayudando potencialmente en su salud, también beneficia a aquellos usuarios que se sientan con una autoestima baja, al sentirse y verse bellos tanto interior y exteriormente todo esto se logra con el conocimiento de la masajista, el equipo de vacunterapia, faja térmica y gimnasia pasiva que ayuda a tonificar, moldear, reducir medidas y eliminar celulitis: también ayuda a desestresarse con servicio del Turco y Jacuzzi y para mejorar imperfecciones en el rostro con y la ayuda de cremas faciales y maquinaria y equipo de alta frecuencia, vaporozono, ultrasonido y la lupa con la ayuda de esto su rostro recuperara su belleza y resplandor que antes tenía.

3.9 Análisis del entorno y del sector

El entorno de Santa Fe de Antioquia cuenta con una sociedad de gente calidad que le gusta la rumba y estar siempre actualizados en cuanto a salud y belleza en el mercado actual. La cultura de esta población es: fiesta de los diablitos en diciembre, semana santa, festival de música religiosa, festival Antioquia le canta a Colombia, fiesta de la bicicleta dedicado a la independencia y fiesta del tamarindo (fruta representativa del municipio), esto es algo positivo para la empresa SPA PRIMAVERA.

El sector al cual está dirigido la empresa SPA PRIMAVERA es a Santa Fe de Antioquia la cual cuenta con una población de 23.789 habitantes de estos solo se estudiara personas mayores de 15 a 50 años menos mujeres en embarazo, con dispositivo o personas que tengan marcapasos o sufran alguna deficiencia cardiaca.

Programa: Sector de turismo, ecoturismo y servicios

La implementación del plan de desarrollo turístico y eco turístico, son herramientas para potencializar el turismo como la industria de más rápido crecimiento en el mundo y con amplias implicaciones en los ámbitos ambiental y sociocultural de los pueblos del mundo. Esta importancia de la actividad se evidencia en su contribución

económica como generador de divisas para la mayoría de los países, representando uno de los sectores que más empleos genera actualmente.

Este potencial turístico da la posibilidad de crear nuevos emprendimientos, de generar empleo y con esto la potencialidad para consolidar verdaderamente una cadena productiva en torno a las características generales del municipio, contribuyendo en parte a la disminución de la pobreza.

Aprovechar el turismo como articulador de procesos de identificación, valoración, competitividad, sostenibilidad y difusión del patrimonio cultural del municipio, además de fomentar el turismo incentivando a colombianos y extranjeros a que visiten la región, buscando de ésta manera la generación de beneficios para la comunidad, así como la motivación para cuidar y preservar el patrimonio cultural, garantizando la sostenibilidad del sector cultural y turístico. También se debe propiciar los medios para el Ecoturismo como alternativa de generación de ingreso para los pobladores y como estrategia para descongestionar el área urbana; llevando a grupos pequeños de personas a marcos naturales produciendo un impacto mínimo en el entorno físico, social y cultural del municipio.

Proyecto:

- Promoción de los atractivos turísticos del Municipio
- Promoción de los atractivos eco turísticos del municipio
- Eventos artísticos y culturales
- Ferias, fiestas y festividades
- Gestión de integración territorial
- Adecuación de senderos ecológicos
- Integración funcional de Santa Fe de Antioquia en el Triángulo de Oro y el Área Metropolitana
- Reglamentación y formalización de las fincas de alquiler del Municipio
- Centro de información y servicio para los turistas.

3.10 Conocimientos para entrar en el Negocio En el equipo de trabajo se cuenta con los conocimientos:

Tecnico. Ya que en el equipo de trabajo hay una persona especializada en masoterapia para prestar los servicios de masajes.

Administrativo. Dentro de la tecnología de mercadeo se obtuvo las actitudes de administración general, también se debe tener conocimiento y experiencia de normas de calidad, manejo de recursos y administración de un Spa.

Comercial. Este se obtuvo en la tecnología de mercadeo con la asignatura de canales de distribución.

Otro aspecto que se debe tener en cuenta es el conocimiento y asesoría en contratación laboral administración de riesgos y seguros

Legal. La cámara de comercio de Santa Fe de Antioquia nos brindo la asesoría para poner en marcha una empresa de tipo unipersonal.

Financiero. En la tecnología de mercadeo se tuvo conocimiento de costos, presupuesto y contabilidad, con esto se puede hacer un análisis detallado de la parte financiera.

4. ANALISIS DEL MERCADO

4.1 Objetivos de Mercadeo

OBJETIVO GENERAL

Crear en el usuario criterios que le permitan diferenciar un buen servicio de masajes ya que se cuenta con un equipo de trabajo comprometido y calificado para desarrollar este mismo; ofreciéndole también salud y belleza para mejora su calidad de vida.

OBJETIVOS ESPECIFICOS

- Conocer la evolución de los términos salud y belleza frente al mercado actual
- Determinar los aspectos estratégicos del servicio buscando la diferenciación y posicionamiento en el mercado
- Fomentar cultura de salud y belleza en el usuario mediante del servicio de masajes
- Entregar herramientas suficientes al usuario para que el equipo de trabajo del SPA PRIMAVERA le genere confianza
- Crear en el usuario una mentalidad de conciencia frente a los servicios de masajes y anti estrés los cuales le ayudara a mejorar su calidad de vida.

4.2 Descripción del Portafolio de Bienes y/o Servicios

La empresa SPA PRIMAVERA ofrece los servicios:

- **Masaje de relajación.**

Este servicio le ayuda a la persona que está muy tensionada y estresada ya sea por el trabajo y la rutina diaria que lleva el ser humano el masaje de relajación hace que la mente y el cuerpo vuelvan al estado de calma y que se relaje.

- **Masaje de reducción.**

Este servicio le ayuda la persona a reducir un poco el peso y el volumen de grasa con la eliminación de toxinas que le ayudan a remover esos problemas.

- **Masaje de celulitis**

Este servicio le ayuda a la persona que se produce por una alteración de los adipositos que forman parte de la hipodermis. Los adipositos acumulan energía en forma de lípidos para poder ser que tiene la piel de naranja

- **Masaje facial**

Este servicio le ayuda a persona que masaje estético facial tiene por primera intención la de trabajar sobre diferentes centros de la cara para conseguir relajación de músculos, pero a su vez, tonificándolos, trabaja para mejorar las condiciones de la piel, la circulación sanguínea y linfática.

- **Servicio de turco**

Este servicio le ayuda la persona al baño a vapor es un medio ideal para mantener en forma el equilibrio físico y mental del ser humano.

- **Servicio de jacuzzi**

Este servicio le ayuda a persona a desestresarse el jacuzzi se maneja con agua caliente y tiene movimientos relajantes para sentirse mejor y obtener un descanso

4.3 El Mercado Meta de los Bienes y/o Servicios

4.3.1 El Mercado Meta

Será la población de santa fe de Antioquia de personas mayores de 15 a 54 años; que no sufran de deficiencia cardiaca y en las mujeres que no tengan dispositivo y no estén embarazadas.

EDAD	SEXO		TOTAL
	FEMENINO	MASCULINO	
15 A 19	1163	1333	\$ 2496
20 A 24	1115	1090	\$ 2205
25 A 29	939	934	\$ 1873
30 A 34	792	762	\$ 1554
35 A 39	738	737	\$ 1475
40 A 44	731	714	\$ 1445
45 A 49	641	652	\$ 1293
50 A 54	515	565	\$ 1080
	5639	4687	\$ 10326

4.3.2 Estudio del Mercado Consumidor

a) Objetivos del estudio del mercado consumidor

OBJETIVO GENERAL

- Conocer la biografía del usuario para poderle ofrecer un buen servicio de acuerdo a sus necesidades, en el municipio de Santa fe de Antioquia.
- Conocer la biografía del usuario para poderle ofrecer un buen servicio de acuerdo a sus necesidades, en el municipio de Santa fe de Antioquia

OBJETIVOS ESPECIFICOS.

- Saber cuáles son las preferencias o gustos de los usuarios con respecto al servicio de masajes.
- Consultar la opinión del mercado consumidor frente al proyecto de un Spa en Santa fe de Antioquia.
- Conocer la disponibilidad de tiempo del usuario para adquirir los servicios del Spa en Santa fe de Antioquia.
- Identificar las expectativas del usuario con respecto al servicio de masajes en el municipio de Santa fe de Antioquia.
-

b) Medios a través de los cuales se realizó el estudio del Consumidor

El estudio del consumidor se realizó mediante encuestas para así tener un contacto directo con el cliente potencial.

c) Aplicación de la Medios

El medio por el cual se realizo el estudio del consumidor fue la encuesta realizada a la población urbana de Santa fe de Antioquia entre 15-54 años; hombres y mujeres entre 2008-2009.

d) Resultados del estudio de los consumidores.

Población Consumidora

El tipo de consumidor del SPA PRIMAVERA es por el canal directo, sus criterios de compra es por salud, belleza, comodidad, calidad tanto en servicios como en la atención al cliente; este servicio va dirigido a personas de 15 años hasta 54 años, que no sufran de deficiencia cardiaca, con respecto a las mujeres que no estén en embarazo, ni tengan el dispositivo; la ubicación geográfica es Colombia, departamento de Antioquia, municipio de Santa fe de Antioquia y la ubicación del sitio donde estará el SPA PRIMAVERA será en la calle 13 # 6-111 sector la variante.

Resultados de la encuesta.

ENCUESTA.

1. ¿Dentro de la ocupación que usted desempeña maneja mucho estrés?

a. Si. ____

b. No ____

2. ¿En qué parte de su cuerpo considera que se acumula este estrés?

3. ¿Al iniciar su rutina de trabajo se siente estresado?

a. Si ____

b. No ____

4. ¿Usted considera que podría haber alguna alternativa para combatir este estrés?

a. Si ____

b. No ____

5. ¿Cuál de estas actividades le gustaría a usted para desestresarse?

- a. Turco
- b. Crucero
- c. Masajes
- d. Otro___ Cual?_____

6. ¿Para su tranquilidad o relación que porcentaje daría usted de sus ingresos mensuales?

- a. Un 10%
- b. Un 20%
- c. Un 50%
- d. Otro___ Cual?_____

7. ¿Qué tipos de masajes conoce usted?

8. Sabía usted que los masajes no son solo para el estrés sino también para la belleza ¿por cuál de estas dos razones adquiriría usted un servicio de masajes?

9. ¿Qué utiliza usted para verse más joven y combatir el estrés?

10. ¿Cómo le gustaría a usted que se ofreciera el servicio de masajes?

- a. Domicilio.
- b. Ir directamente al Spa
- c. Todos los anteriores.

11. ¿Qué horarios considera el más adecuado para adquirir este servicio?

- a. 06:00 a.m.- 10:00 a.m.
- b. 11:00 a.m.- 02:00 p.m.
- c. 03:00 p.m.- 07:00 p.m.
- d. Todos los anteriores.

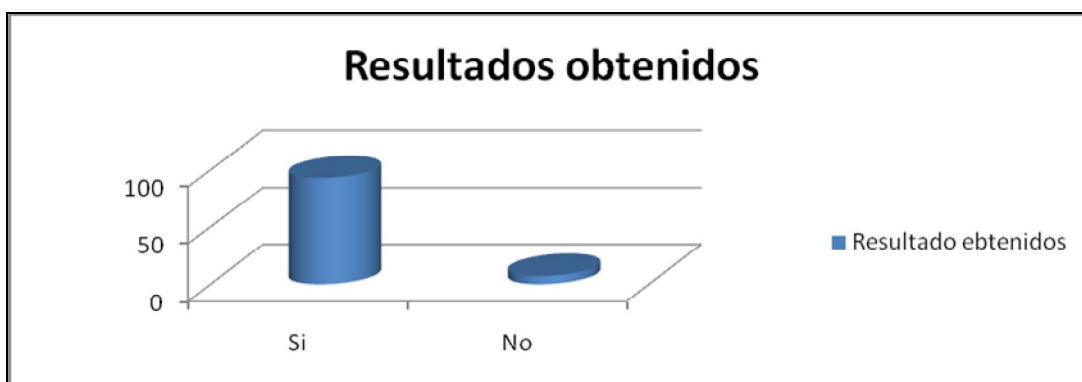
12. ¿con que frecuencia usted adquiriría un servicio de masajes?

- a. 2 veces a la semana.
- b. Cada 8 días.
- c. Cada 15 días
- d. Cada mes.

Esta encuesta se realizo a la comunidad de santa fe de Antioquia con el fin de saber ¿Cuál sería la aceptación de un Spa en el municipio? Y el resultado fue el siguiente:

Pregunta 1

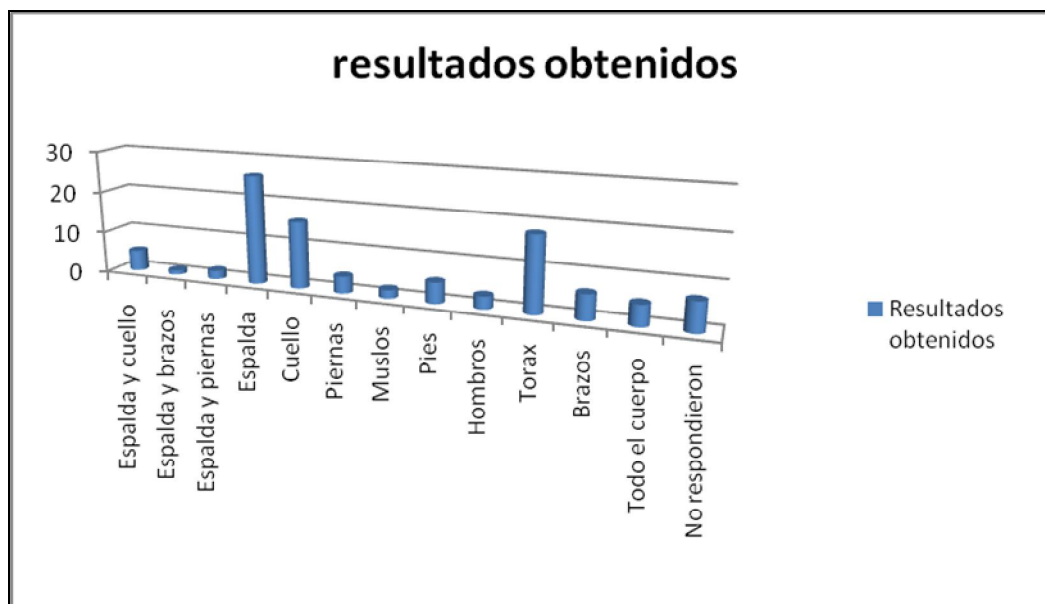
¿Dentro de la ocupación que usted desempeña maneja mucho estrés?



Lo que se puede concluir con el anterior resultado es que de las 100 personas encuestadas, el 93% de estas mantienen muy estresados debido a la rutina diaria que manejan en su vida cotidiana y un 7% no se estresan ante estos actores.

Pregunta 2

¿En qué parte de su cuerpo considera que se acumula este estrés?



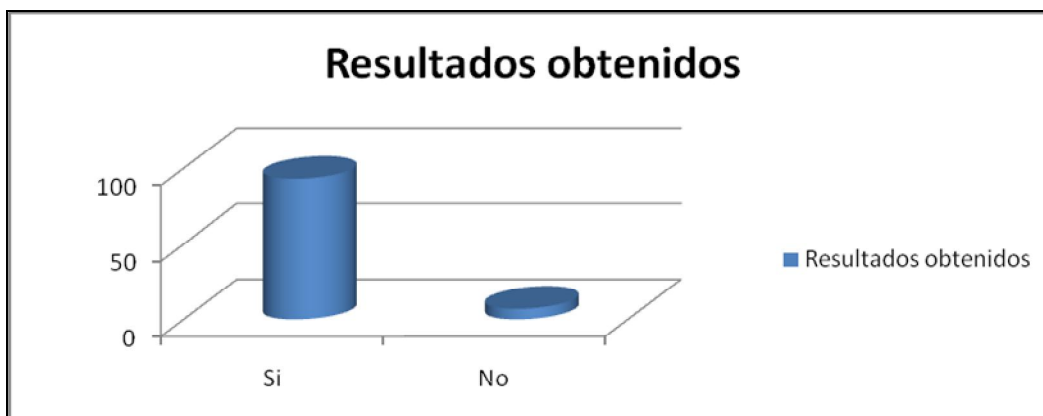
En esta pregunta el 93% de las personas encuestadas que consideran que se estresan debido a su rutina diaria han manifestado en que parte de su cuerpo se recopila este estrés.

Respuesta	Resultado obtenido
Espalda y cuello	5%
Espalda y brazos	1%
Espalda y piernas	2%
Espalda	26%
Cuello	16%
Piernas	4%
Muslos	2%
Pies	5%
Hombros	3%
Tórax	18%
Brazos	6%
Todo el cuerpo	5%

El 7% no respondieron.

Pregunta 3

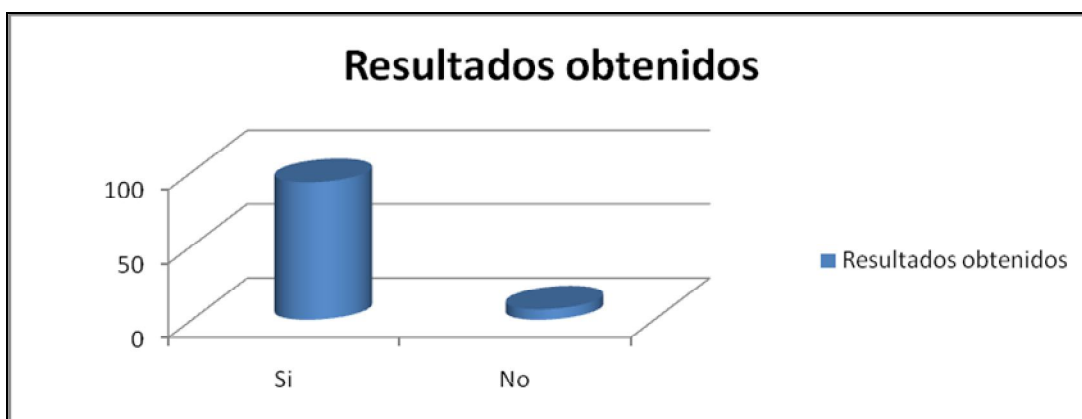
¿Al iniciar o terminar su rutina de trabajo se siente estresado?



En esta pregunta el 93% de las personas encuestadas que consideran que se estresan debido a su rutina diría han manifestado que este estrés está siempre presente al inicio o termino del día.
El 7% no respondieron.

Pregunta 4

¿Usted considera que podría haber alguna alternativa para combatir este estrés?



En esta pregunta el 93% de las personas encuestadas que consideran que se estresan debido a su rutina diría han manifestado que para este estrés si podría haber alguna alternativa para combatir esta molestia que se le manifiesta en cuerpo.
El 7% no respondieron.

Pregunta 5

¿Cuál de estas actividades le gustaría a usted para desestresarse?



En esta pregunta el 93% de las personas encuestadas que consideran que se estresan debido a su rutina diría han manifestado que para desestresarse le gustaría hacer alguna de estas actividades.

Respuesta	Resultado obtenido
Turco	12%
Turco y crucero	1%
Crucero	4%
Masajes	71%
Otro	5%

Con el resultado de esta se puede

concluir que el spa es viable en el sentido que las actividades con mayor porcentaje son: los masajes y el servicio del turco.. El 7% no respondieron.

Pregunta 6

¿Para su tranquilidad o relación que porcentaje daría usted de sus ingresos mensuales?



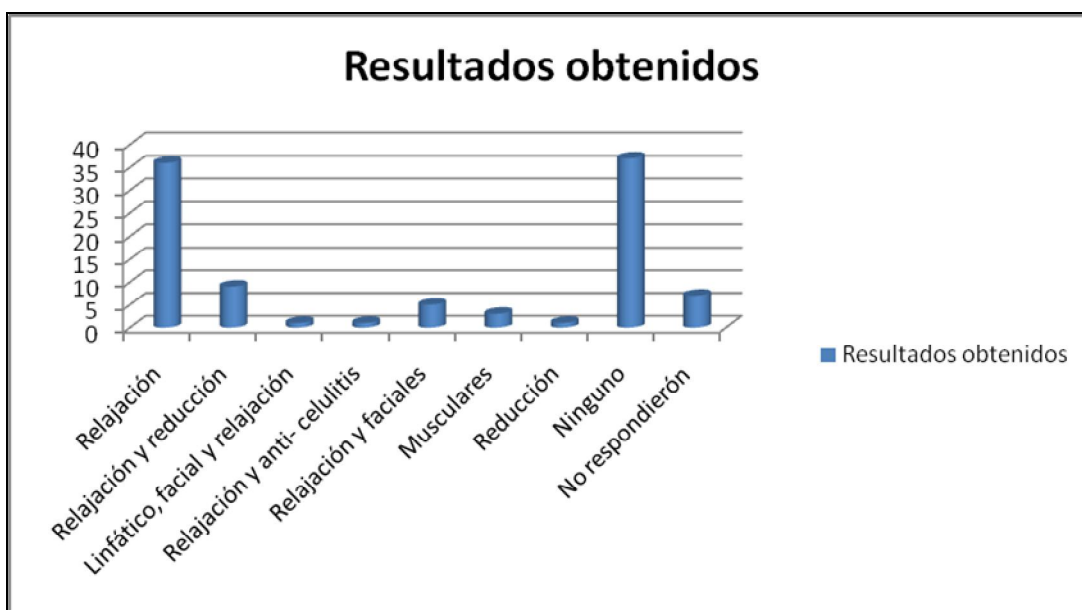
En esta pregunta el 93% de las personas encuestadas que consideran que se estresan debido a su rutina diría han manifestado que para su tranquilidad y relajación darían de sus ingresos mensuales los siguientes porcentajes:

Respuesta	Resultado obtenido
10%	41%
20%	35%
50%	15%
Otro	2%

El 7% no respondieron.

Pregunta 7

¿Qué tipos de masajes conoce usted?



Frente a la pregunta de qué masajes conocen al 93% de las personas encuestadas se obtuvo el siguiente resultado:

respuestas	Resultado obtenido
Relajación	36%
Relajación y reducción	9%
Linfático, facial y relajación	1%
Relajación y anti- celulitis	1%
Relajación y faciales	5%
Musculares	3%
Reducción	1%
Ninguno	37%

El 7% no respondieron.

Pregunta 8

Sabía usted que los masajes no son solo para el estrés sino también para la belleza ¿Por cuál de estas dos razones adquiriría usted un servicio de masajes?



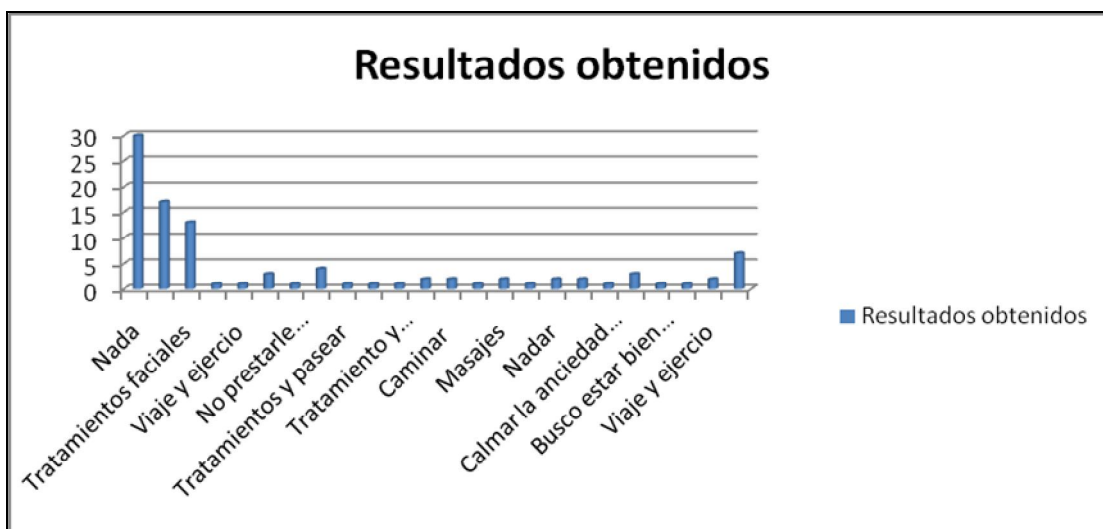
las razones por las cuales el 93% de las personas encuestadas adquiriría un servicio de masajes es por:

Respuesta	Resultado obtenido
Estrés	55%
Belleza	6%
Ambas razones	32%

El 7% no respondieron.

Pregunta 9

¿Qué utiliza usted para verse más joven y combatir el estrés?



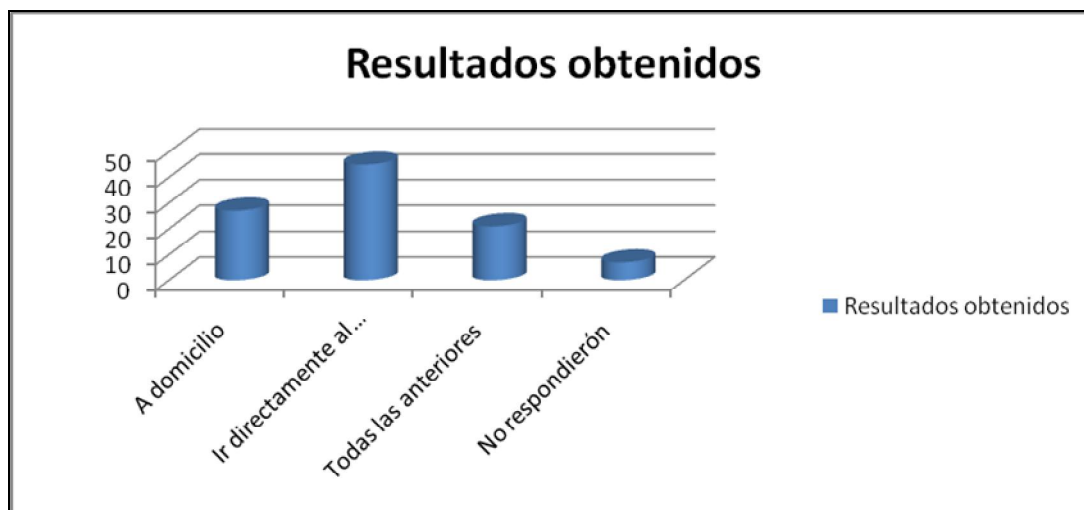
El 93% de las personas encuestadas respondieron a esta pregunta lo siguiente:

Respuesta	Resultado obtenido
Nada	30%
Ejercicio	17%
Tratamientos faciales	13%
Tratamientos y masajes	1%
Viaje y ejercicio	1%
Me acuesto	3%
No prestarle atención a los problemas	1%
Spa	4%
Tratamientos y pasear	1%
Tratamiento, maquillaje y piscina	1%
Tratamiento y ejercicio	1%
Caminar y bailar	2%
Caminar	2%
Tratamiento y maquillaje	1%
Masajes	2%
Buena alimentación, deporte y masajes	1%
Nadar	2%
Buena alimentación y ejercicio	2%
Calmar la ansiedad por las cosas, caminar y tener contacto con la naturaleza	1%
Comer saludablemente	3%
Busco estar bien presentado	1%
Relajarme y gimnasio	1%
Viaje y ejercicio	2%

El 7% no respondieron.

Pregunta 10

¿Cómo le gustaría a usted que se ofreciera el servicio de masajes?



En esta pregunta el 93% de las personas encuestadas que consideran que se estresan debido a su rutina diría han manifestado que le gustaría que los servicios del Spa se ofrecieran así:

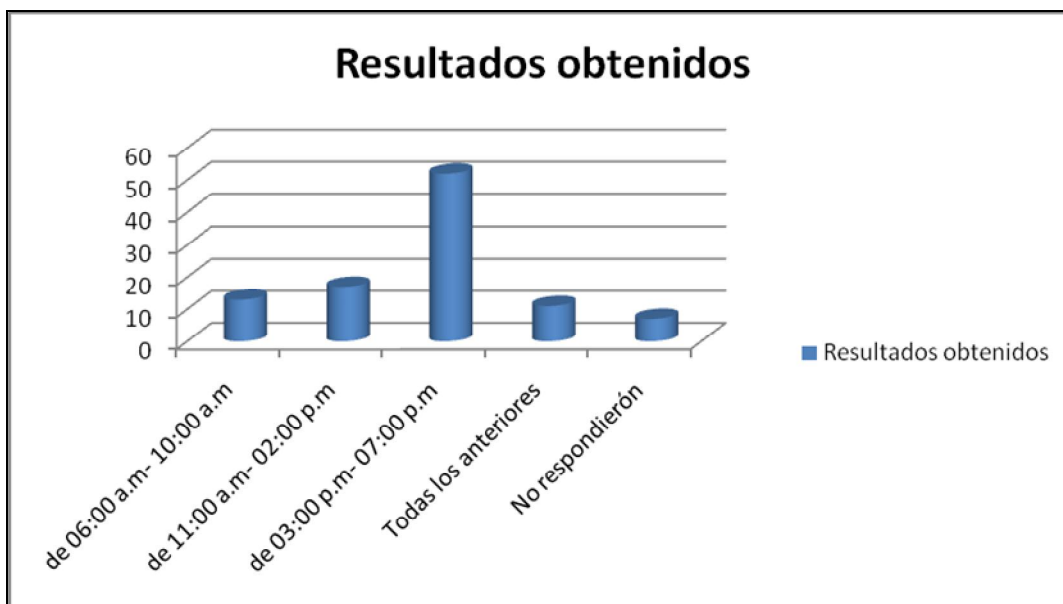
Respuestas	Resultados obtenidos
A domicilio	27%
Ir directamente al Spa	45%
Todas las anteriores	21%

El 7% no respondieron.

Este resultado nos favorece en el sentido de que ir directamente al Spa obtuvo un 45% de aceptación lo que indica que tendríamos clientes que estarían dispuestos para ir al SPA PRIMAVERA.

Pregunta 11

¿Qué horarios considera el más adecuado para adquirir este servicio?



En esta pregunta el 93% de las personas encuestadas que consideran que se estresan debido a su rutina diría han manifestado que Los horarios más adecuados para adquirir un servicio en el Spa son los siguientes:

	Resultados obtenidos
de 06:00 a.m- 10:00 a.m	13%
de 11:00 a.m- 02:00 p.m	17%
de 03:00 p.m- 07:00 p.m	52%
Todas los anteriores	11%

El 7% no respondieron.

El resultado que mas fue escogido es el de la tarde de 03:00 p.m a 07:00 p.m con un 52%

Con este se llega a la conclusión que este horario es donde podría haber una afluencia de clientes en el Spa

Pregunta 12

¿Con que frecuencia usted adquiriría un servicio de masajes?



En esta pregunta el 93% de las personas encuestadas que consideran que se estresan debido a su rutina diría han manifestado que la frecuencia de adquirir un servicio del Spa serian los siguientes:

Respuestas	Resultados obtenidos
2 veces a la semana	30%
cada 8 días	23%
Cada 15 días	24%
Cada mes	16%

El 7% no respondieron.

Este resultado favorece al Spa ya que indica que el puntaje mayor fue el de 2 veces a la semana con un 30%.

Conclusión general de la encuesta.

Lo que se puede concluir con la encuesta realizada en el municipio de Santa fe de Antioquia a 100 habitantes se pudo observar claramente las necesidades que se presenta en el municipio y la oportunidad de establecer un Spa, el resultado de la encuesta nos arrojo los factores suficientes para determinar que si es aceptada en el mercado ya que se encuentra una demanda insatisfecha frente a estos servicios.

Determinación de la Demanda

	SEXO		TOTAL
	FEMENINO	MASCULINO	
15 A 19	1163	1333	2496
20 A 24	1115	1090	2205
25 A 29	939	934	1873
30 A 34	792	762	1554
35 A 39	738	737	1475
40 A 44	731	714	1445
45 A 49	641	652	1293
50 A 54	515	565	1080
	5639	4687	10326

De esta cantidad de habitantes que podría ser clientes potenciales del SPA PRIMAVERA serian el 40 % de clientes esto quiere decir que serian 4.130 personas que adquirirían este servicio según el análisis que se realizo en el municipio de Santa fe de Antioquia.

4.4 El Mercado Proveedor

4.4.1 Proveedores

Cantidad	Maquinaria y equipo	proveedor
3	Camillas	G.M.Q. tecnología en estética y cosmetología
1	Camilla portátil	G.M.Q. tecnología en estética y cosmetología
1	Faja térmica	G.M.Q. tecnología en estética y cosmetología
1	Vacunterapia	G.M.Q. tecnología en estética y cosmetología
1	Gimnasia pasiva	G.M.Q. tecnología en estética y cosmetología
1	Lupa	G.M.Q. tecnología en estética

		y cosmetología
1	Ultrasonido	G.M.Q. tecnología en estética y cosmetología
1	Alta frecuencia	G.M.Q. tecnología en estética y cosmetología
1	Vaporozono	G.M.Q. tecnología en estética y cosmetología

Esta maquinaria y equipo será comprada en Medellín a la empresa G.B.Q. tecnología en estética y cosmetología ubicada por la bomba de almendros en la av. 33 No 78-14.

Cantidad	Maquinaria y equipo	Proveedor
1	Turco	Hidro abastos
1	Jacuzzi	Hidro abastos

Esta maquinaria y equipo será comprada a la empresa Hidro abastos en Medellín en la carrera 78 No 45 G 45

Cantidad	INSUMOS	Proveedor
2.000 ml	Aceite de naranja	G.M.Q. tecnología en estética y cosmetología
2.000 ml	Aceite de canela	G.M.Q. tecnología en estética y cosmetología
1.000 ml	Aceite de rosa	G.M.Q. tecnología en estética y cosmetología
1.000 ml	Aceite relajante	G.M.Q. tecnología en estética y cosmetología
1.000 ml	Aceite de romero	G.M.Q. tecnología en estética y cosmetología
1.000 ml	Aceite de algas marinas	G.M.Q. tecnología en estética y cosmetología
1.000 ml	Aceite de parafina	G.M.Q. tecnología en estética y cosmetología
500 grm	Gel refrescante de aloe vera	G.M.Q. tecnología en estética y cosmetología
300 grm	Gel exfoliante facial	G.M.Q. tecnología en estética y cosmetología
600 grm	Gel caliente de cafeína	G.M.Q. tecnología en estética y cosmetología
500 grm	Leche limpiadora	G.M.Q. tecnología en estética y cosmetología
300 grm	Mascarilla de barro	G.M.Q. tecnología en estética y cosmetología
230 grm	Mascarilla de oxígeno	G.M.Q. tecnología en estética y cosmetología

230 grm	Mascarilla de papaína	G.M.Q. tecnología en estética y cosmetología
60 ml	Aminoácido de colágeno	G.M.Q. tecnología en estética y cosmetología
180 ml	Gránulos de avena	G.M.Q. tecnología en estética y cosmetología
1.000 ml	Jabón de avena liquido	G.M.Q. tecnología en estética y cosmetología
600 grm	Firm body anticelulítico	G.M.Q. tecnología en estética y cosmetología
500 ml	Loción corporal anticelulítico	G.M.Q. tecnología en estética y cosmetología
10 mt	papel osmótico	G.M.Q. tecnología en estética y cosmetología
10 mt	vendas de algodón	G.M.Q. tecnología en estética y cosmetología
300 grm	Bonfar jabón antibacterial	G.M.Q. tecnología en estética y cosmetología
600 grm	Eucidad desinfectante	G.M.Q. tecnología en estética y cosmetología
500 grm	Farben gel antibacterial de manos	G.M.Q. tecnología en estética y cosmetología
1	Kit de bioseguridad	G.M.Q. tecnología en estética y cosmetología
1	Reciente de esterilización	G.M.Q. tecnología en estética y cosmetología

Estos insumos también serán comprados en Medellín a la Empresa G.B.Q. tecnología en estética y cosmetología ubicada por la bomba de almendros en la av. 33 No 78-14.

Cantidad	Muebles, enseres y equipo de oficina	Proveedores
3	Escritorios tubulares	Variedades Robinsón en Santa fe de Ant. en la calle 9 No 10-101
10	Sillas tubulares	Variedades Robinsón en Santa fe de Ant. En la calle 9 No 10-101
3	Mesas de 2 entrepaños	G..B.Q tecnología en estética y cosmetología ubicada por la bomba de almendros en la av. 33 No 78-14. Medellín.
4	Relojes	Variedades Robinsón en Santa fe de Ant. en la calle 9 No 10-101
4	Ventiladores	Variedades Robinsón en Santa fe de Ant. en la calle 9 No 10-101
1	Dispensador de agua	LUMA parque principal en Santa fe de Ant. en la carrera 10 No 9-65
1	Nevera	LUMA parque principal en Santa fe de Ant. en la carrera 10 No 9-65
1	Decoración	Variedades Robinsón en Santa fe de Ant. en la calle 9 No 10-101
1	Teléfono	Variedades Robinsón en Santa fe de Ant. en la calle 9 No 10-101
1	Fax	Variedades Robinsón en Santa fe de Ant. en la calle 9 No 10-101
1	Plasma de 19 pulgadas	LUMA parque principal en Santa fe de Ant. en la carrera 10 No 9-65
1	Cámara digital	LUMA parque principal en Santa fe de Ant. en la carrera 10 No 9-65
1	Mini	LUMA parque principal en Santa fe de

	componente	Ant. en la carrera 10 No 9-65
1	DVD	LUMA parque principal en Santa fe de Ant. en la carrera 10 No 9-65

Cantidad	Equipo de computo	de Proveedores
1	Portátil	LUMA en Santa fe de Ant. en la carrera 10 No 9-65
1	Software	

4.4.2 Estudio del Mercado de Proveedor

a) Variables estudiadas del mercado proveedor

De los proveedores se estudiara lo siguiente:

Precios
Garantía
Calidad
Tiempos de entrega de la mercancía.

Descuentos, promociones y forma de pago.

De los proveedores se estudio lo anterior, ya que estos factores son muy importantes para la empresa SPA PRIMAVERA y ayuda a determinar la viabilidad para la compra de estos productos.

b) Medios a través de los cuales se realizó el estudio del mercado proveedor

El estudio de los proveedores se realizo por 3 medios: teléfono, correo electrónico y entrevista.

c) Aplicación de la Medios

G.B.Q tecnología en estética y cosmetología. (Medellín)

- La persona con la que se tuvo contacto para responder todas las dudas fue el dueño de la empresa como tal el señor Guillermo Bernal Quintero, el estudio de este fue por vía telefónica y correo electrónico durante el mes de junio del 2009.

Variedades Robinsón. (Santa fe de Antioquia)

- la persona con la que se tuvo contacto fue con el dueño de la empresa el señor Hernán Patiño, el estudio fue por medio de una entrevista durante el mes de junio del 2009

Luma (Santa fe de Antioquia)

- La persona con la que se tuvo contacto fue con el administrador de la empresa el señor Over Quintero Hernández, el estudio fue por medio de una entrevista durante el mes de junio del 2009

Hidro abastos

- La persona con la que se tuvo contacto fue con el asesor técnico - venta de la empresa el señor Oswaldo Marín Vargas, el estudio fue por vía telefónica y correo electrónico durante el mes de junio del 2009

d) Resultados del estudio de los proveedores

Nombre	Dirección	Persona de contacto	Productos	Forma de pago
G.B.Q Tecnología de estética y cosmetología	Bomba de almendros en la av. 33 No 78-14 (Medellín)	Guillermo Bernal Quintero. dueño	*3 camillas. *camilla portátil. *Faja térmica. *Vacunterapia *Gimnasia pasiva. *Lupa *Ultrasonido. *Alta frecuencia. *Vaporozono. *3 mesas de 2 entrepaños Aceites de: *Naranja *Canela *Rosa *Relajante *Romero *Algas marinas *Parafina Geles de : *Refrescante de aloe vera *Exfoliante facial *Caliente cafeína	De contado.

			<p>Mascarillas de:</p> <ul style="list-style-type: none"> *Barro *Oxigeno *Papaina * Leche limpiadora *Aminoácido de colágeno *Gránulos de avena *Jabón de avena liquido *Firm body anticelulítico *Loción corporal anticelulítico. *Papel osmótico *Vendas de algodón *Bonjar jabón antibacterial *Eucidad desinfectante *Farben gel antibacterial de manos *Kit de bioeguridad 	
Luma	Parque principal carrera 10 No 9-65 (Santa fe de Ant.)	Over Quintero Hernández Administrador	<ul style="list-style-type: none"> * Dispensador de agua * Nevera * Plasma de 19 pulgadas 	De contado

			* Cámara digital *Mini componente * DVD * Portátil	
			* Software	
Hidro abastos	Carrera 78 No 45 G 43 (Medellín)		*Turco *Jacuzzi	De contado
Variedades Robinsón	Calle 9 No 10-101 (Santa fe de Ant.)	Orlando González, dueño	*3 escritorios tubulares *10 sillas tubulares *4 relojes *4 ventiladores * Decoración * Teléfono * Fax	De contado

4.5 El Mercado Competidor

4.5.1 Competidores

Por el momento se ha analizado en Santa fe de Antioquia dos competidores en el mercado actual estas personas son:

- Dora Maryori García

Ella ofrece el servicio de masajes a domicilio y también lo hace en su casa, la cual es conocida como cabina splendor ubicada en el llano de bolívar en la carrera 9 No 14-50, la persona de contacto fue ella personalmente; también ofrece este servicio a el hotel Santa fe Colonial.

- Yudi Velásquez

Ella viene cada 8 días de la ciudad de Medellín a ofrecer el servicio de masajes, el cual ofrece en el hotel Mariscal para la comunidad de Santa fe de Ant. y a los visitantes de dicho hotel, la persona de contacto fue ella personalmente.

4.5.2 Estudio del Mercado Competidor

a) Variables estudiadas del mercado Competidor

El SPA PRIMAVERA investigo de estas dos Imagen
Tecnología
Capacidad de producción
Servicios y precios
Fuerza de venta

Servicio al cliente competidoras lo siguiente:

De los competidores se estudio las anteriores variables ya que ayuda determinar cuáles son sus fortalezas y debilidades frente al SPA PRIMAVERA y aprovecharlas para ser más competitivas

b) Estrategias y medios para el estudio del mercado competidor

El medio por el cual se estudio a las competidoras fue por una entrevista personalmente.

c) Aplicación de la Medios

Estas entrevistas se realizaron a:

- **Dora Maryori García**

Esta entrevista se realizo personalmente, en el barrio llano de bolívar en la carrera 9 No 14-50 el día 20 de noviembre del 2008.

- **Yudi Velásquez**

Esta entrevista se realizo personalmente, en el hotel Mariscal en día 14 de enero del 2009

d) Resultados del Estudio de la Competencia

Dora Maryori García

Dirección: carrera 9 No 14-50

Barrio: llano de bolívar

Celular: 312 817 1161

Teléfono: 853 20-26

Imagen	Tecnología	Capacidad de producción	Servicios y precios	Fuerza de ventas	Servicio al cliente
Credibilidad	Faja térmica	Particular	Particular	No tiene personal	Es bueno
Especializada	Vacunterapia	Mensual	Relajación y facial a 20.000		Con calidad
Reconocida		30	Reducción 15.000		Y garantía
Con carisma		Hotel Santa fe Colonial	Hotel Santa fe Colonial		
		temporada	Temporada		
		12 en un fin de semana	Cada servicio lo hace en 60.000		

Yudi Velásquez

Dirección: hotel mariscal

Barrio: la chica

Celular: 313 731 0655

Imagen	Tecnología	Capacidad de producción.	Servicios y precios	Fuerza de ventas	Servicio al cliente
Credibilidad	Gimnasia pasiva	Particular y del hotel	Relajación 40.000	Tiene 2 auxiliares	Es bueno
Especializada	Faja térmica	Fin de semana	Facial y celulitis 30.000		Con calidad
Reconocida	Vacunterapia	20 serv.	Reducción 20.000		garantía
	Vaporozono				Tiene muy buena atención
	Alta frecuencia				
	Ultra sonido				

4.6 El Mercado Distribuidor

4.6.1 Distribución

No aplica a este proyecto.

4.6.2 Distribución a través de terceros (En caso de ser aplicable)

a) Defina las variables que se estudiaron del mercado Distribuidor

No aplica a este proyecto.

b) Estrategias y medios para el estudio del mercado distribuidor

No aplica a este proyecto.

c) Aplicación de la Medios

No aplica a este proyecto.

d) .Resultados del Estudio del mercado Distribuidor

No aplica a este proyecto.

4.6.3 Distribución Directa (En caso de ser aplicable)

a) Describa los medios a través de los cuales se hará la distribución del producto

La distribución de los servicios del SPA PRIMAVERA será por un canal directo. El cliente adquiere el servicio directamente en el spa o si es a domicilio al masajista da el servicio directamente al cliente.

b) Fuerza de ventas

No aplica a este proyecto.

4.6.4 Manejo de Inventarios

El Spa Primavera trabajara con un stock mínimo inicial de insumos, la política de inventario que se manejaría sería el PEPS

4.6.5 Comunicación



SPA

“PENSANDO EN ELLA Y EL”

PRIMAVERA

Colores

Logotipo.

Azul cielo, oscuro, rosado, café claro y oscuro, blanco y morado claro.

Nombre y slogan de la empresa.

Dorado y fondo azul rey

4.6.6 Actividades de promoción y divulgación

4.7 Precios de los Productos

4.7.1 Factores que influyen en la determinación de los precios de los productos

El servicio que va a ofrecer el SPA PRIMAVERA será para el municipio de Santa fe de Antioquia el precio que se va a manejar de los servicio será de a cuerdo al de la competencia (masajistas a domicilio), para así lograr a dar a conocer mejor la calidad del servicio y lograr establecer una gran diferencia de la competencia.

4.7.2 Los Precios de los productos tomando como base los Costos

Masaje de relajación tendrá un valor de **\$15.123**

Nombre	Cantidad	v/r unitario	v/r total
Insumos			
Aceite de naranja	50 ml	33 ml	1.650
Aceite de canela	50 ml	29 ml	1.450
Aceite de rosas	50 ml	29 ml	1.450
Aceite relajante	50 ml	29 ml	1.450
Aroma terapia	10 grm	4 grm	40
Gorro	1 und	500	500
Guantes	1 und	500	500
Tapa bocas	1 und	500	500
Velas	3 unds	1.000	3.000
Total insumos			10.540
m.o.d			
Masajista	1	2.500	2500
Aux. de masajista	1	2.083	2083
Total m.o.d			4583
Costo total			15.123

Masaje de reducción tendrá un valor de **12.358**

Nombre	Cantidad	v/r unitario	v/r total
Insumos			
Granulos de avena	5 ml	300 ml	1.500
Jabon de avena	10 ml	9 ml	90
Aceite de naranja	45 ml	33 ml	1.650
Aceite de algas marinas	45 ml	29 ml	1.305
Aceite de romero	45 ml	29 ml	1.450
Gel termoreductor	10 grm	28 grm	280
Papel osmotico			
vendas de algodón			
Gorro	1 und	500	500
Guantes	1 und	500	500
Tapa bocas	1 und	500	500
Total insumos			7.775
m.o.d			
Masajista	1	2.500	2500
Aux. de masajista	1	2.083	2083
Total m.o.d			4583
Costo total			12.358

Masaje de anticelulitis tendrá un valor de **\$9.523**

Nombre	Cantidad	v/r unitario	v/r total
Insumos			
Aceite de naranja	35ml	33 ml	1.155
Aceite de parafina	5 grm	91 grm	455
Aceite de algas marinas	30 ml	29 ml	870
Firm body anti celulítico	10 grm	51 grm	510
loción corporal anti celulitis	10 ml	45 ml	450
Gorro	1 und	500	500
Guantes	1 und	500	500
Tapa bocas	1 und	500	500
Total insumos			4.940

m.o.d			
Masajista	1	2.500	2.500
Aux. de masajista	1	2.083	2.083
Total m.o.d			4.583
Costo total			9.523

Masaje de facial tendrá un valor de **\$10.509**

Nombre	Cantidad	v/r unitario	v/r total
Insumos			
Leche limpiadora	5 grm	91 grm	455
Mascarilla de barro	5 grm	100 grm	500
Gel refrescante de aloe vera	5 grm	76 grm	380
Gel exfoliante facial	5 grm	101 grm	505
Mascarilla de oxígeno	5 grm	111 grm	555
Mascarilla de papáina	5 grm	96 grm	480
Aminoácido de colágeno	3ml	517 ml	1.551
Gorro	1 und	500	500
Guantes	1 und	500	500
Tapa bocas	1 und	500	500
Total insumos			5.926
m.o.d			
Masajista	1	2.500	2500
Aux. de masajista	1	2.083	2083
Total m.o.d			4583
Costo total			10.509

Servicio del turco tendrá un valor de **\$5.000**

Servicio del jacuzzi tendrá un valor de **\$6.000**

Estos servicios se calcularon con un promedio del consumo de agua y energía ya que este no tiene insumos ni m.o.d para hacerle un costo.

4.7.3 Los Precios de los Productos propuestos

Servicio	Precio
Masaje de relajación	\$30.000
Masaje de reducción	\$20.000
Masaje de anti celulitis	\$20.000
Masaje facial	\$25.000
turco	\$12.000
jacuzzi	\$20.000

4.7.4 Política de Precios

PROMOCIÓN

- Por la compra de 2 paquetes de masajes de 10 secciones consecutivos, el cual tiene un valor de 200.000 cada uno se le obsequiara una exfoliación facial.
- Al comprar un paquete de masajes de \$200.000 y pagarlo de contado se le obsequiara una depilación con cera o un servicio de manicure y pedicure.
- Por adquirir un servicio de masajes cada 8 días por dos meses consecutivos se le obsequiara una hidratación de aloe vera en todo el cuerpo.

4.8 Costos asociados a las Actividades de Comercialización

Este punto no aplica a este proyecto.

4.9 Riesgos y Oportunidades del mercado

PUNTOS FUERTES.

- Estaremos en un lugar bien comunicado.
- Ofrecemos dos servicios uno para la salud y el otro para la belleza.
- La gente demanda este tipo de servicios.
- Tarifas bajas en relación con el de la masajista a domicilio.
- Alta calidad e nuestros servicios.

AMENAZAS.

- Competencia en el tiempo de actividad.
- Servicios sustitutos.
- Las masajistas a domicilio ya tienen su clientela fija.

ANALISIS DOFA

DEBILIDADES	FORTALEZAS
Nuevos competidores y masajista a domicilio.	Tarifa, variedad, calidad y publicidad eficiente.
AMENAZAS	OPORTUNIDADES
Competencia	Expandir o diversificar a otros mercados.
Saturación en el mercado.	Servicios de masajes y antiestrés en el mismo lugar.

4.10 Plan de ventas

Servicio	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
Relajación	120	120	120	120	240	120	120	120	120	120	120	240
Reducción	60	60	60	60	120	60	60	60	60	60	60	120
celulitis	60	60	60	60	120	60	60	60	60	60	60	120
Facial	60	60	60	60	120	60	60	60	60	60	60	120
Turco	270	270	270	270	360	270	270	270	270	270	270	360
Jacuzzi	60	60	60	60	120	60	60	60	60	60	60	120
Total	Rel. 1.680	Red. 840	Cel. 840	Fac. 840	Tur. 3.420	Jac. 840						

Servicio	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Relajación	1.680	1.747	1.817	1.890	1.965
Reducción	840	874	909	945	983
celulitis	840	874	909	945	983
Facial	840	874	909	945	983
Turco	3.420	3.547	3.699	3.847	4.001
Jacuzzi	840	874	909	945	983

5. ASPECTOS TÉCNICOS (ANÁLISIS DE LA PRODUCCIÓN)

5.1 Objetivos de producción

Objetivo general.

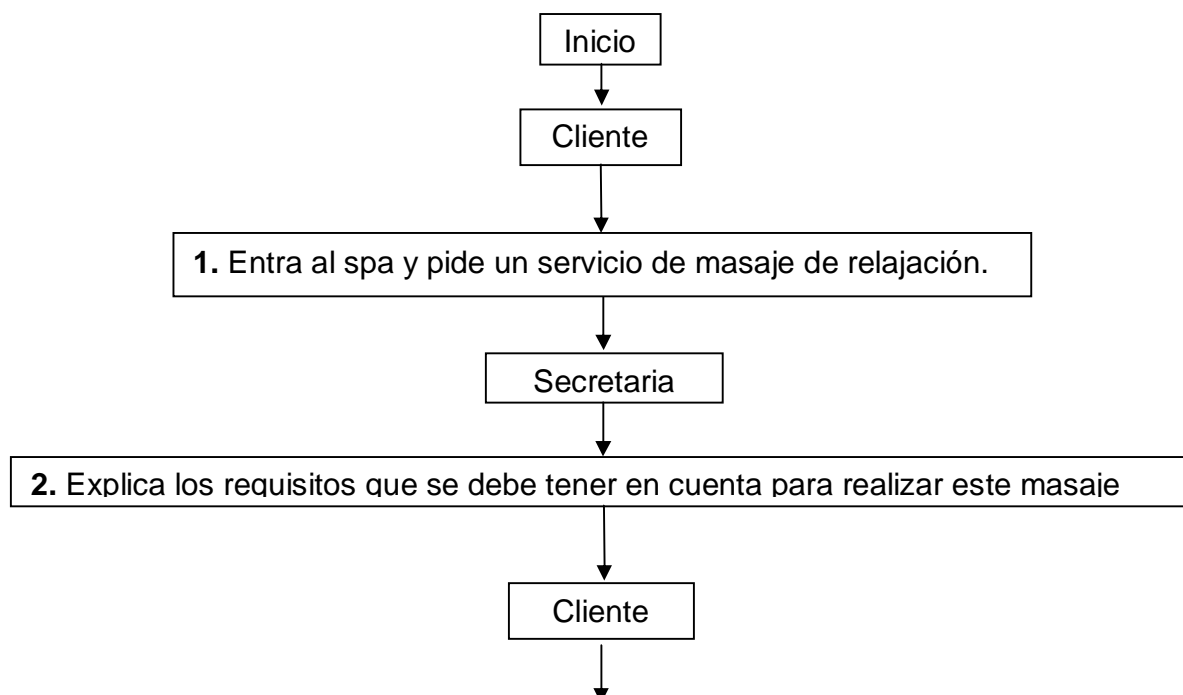
- Diseñar una estrategia que ayude a un aumento cada mes del 5% de las ventas anteriores.

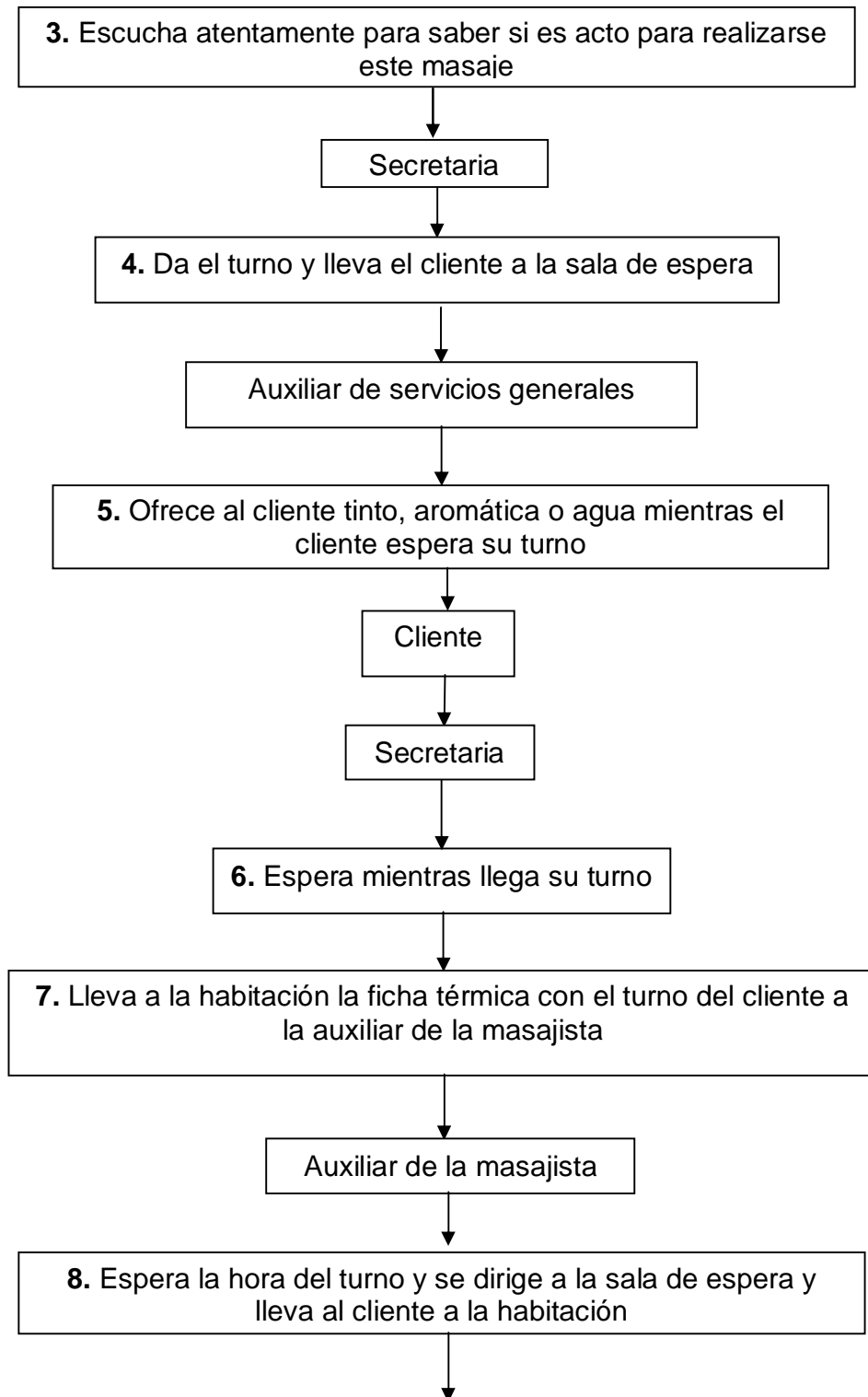
Objetivos específicos.

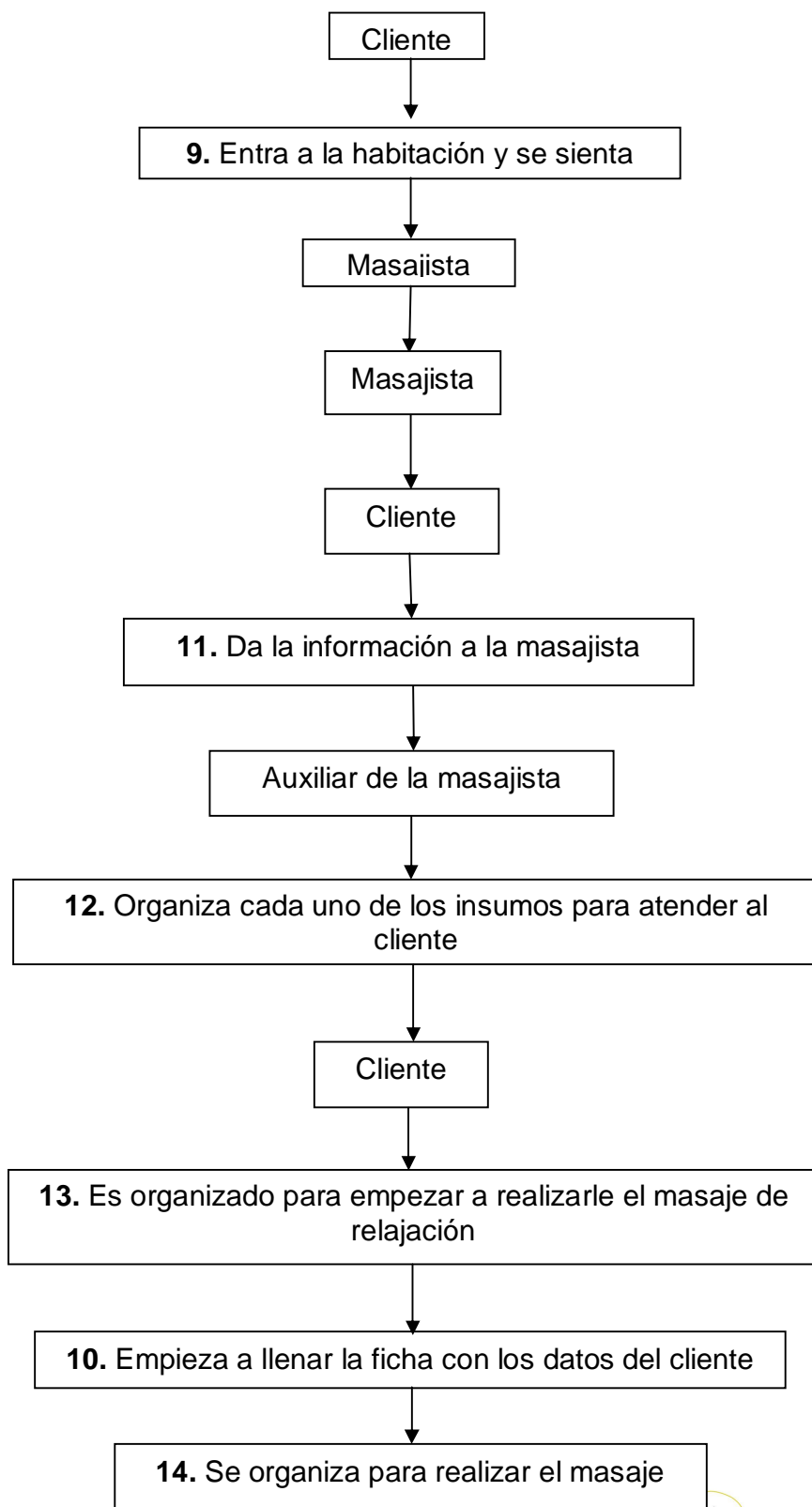
- Motivar a los clientes fijos con un servicio de masajes 1 vez por la semana.
- Estudiar factores que ayuden al mejoramiento de las ventas cada mes, logrando así un crecimiento del Spa.
- Realizar promociones mensuales para que la producción de los servicios de masajes se multipliquen.
- Diseñar una estrategia para una ganancia anual superior al 15% del año pasado.

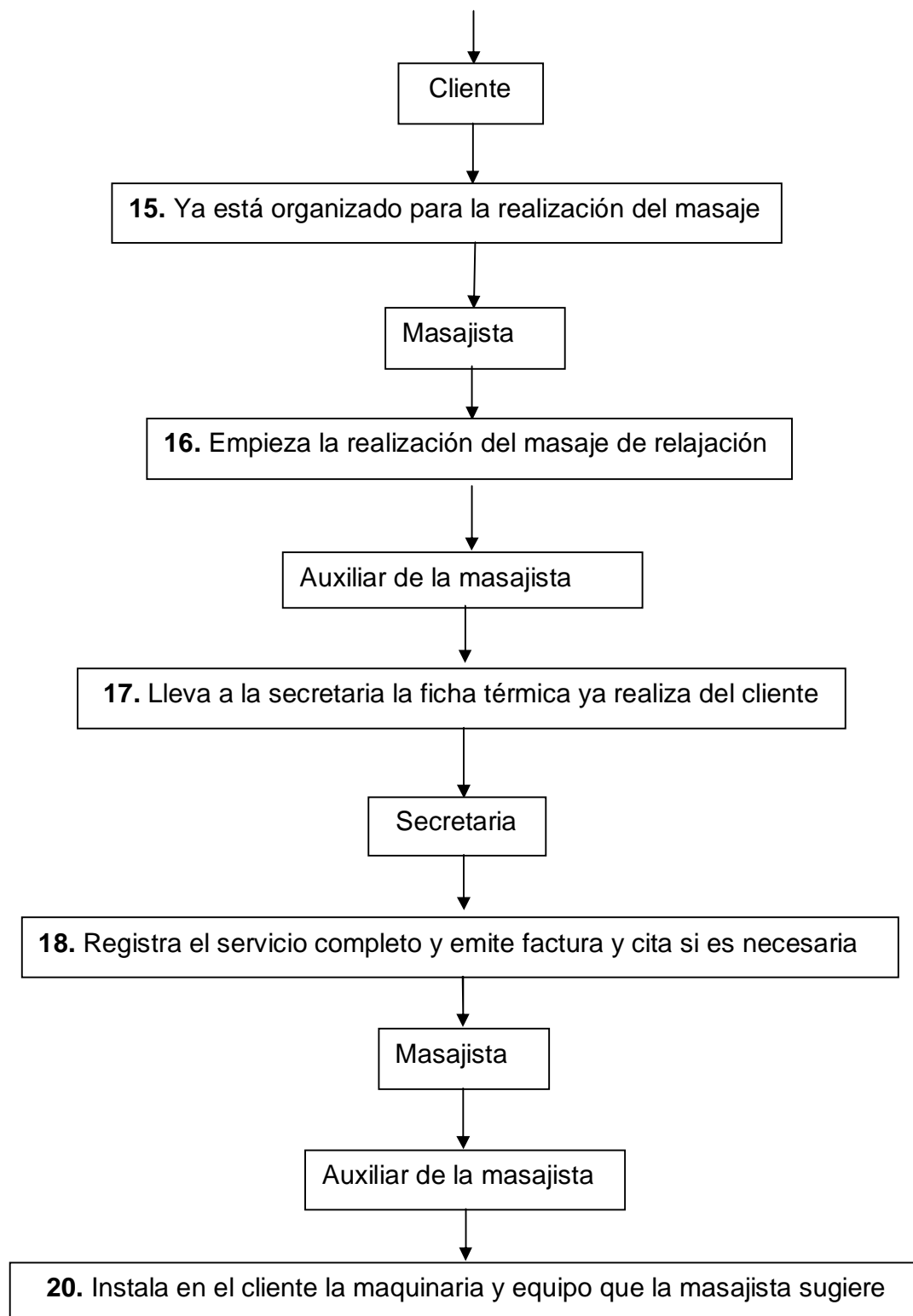
5.2 Descripción del proceso de producción

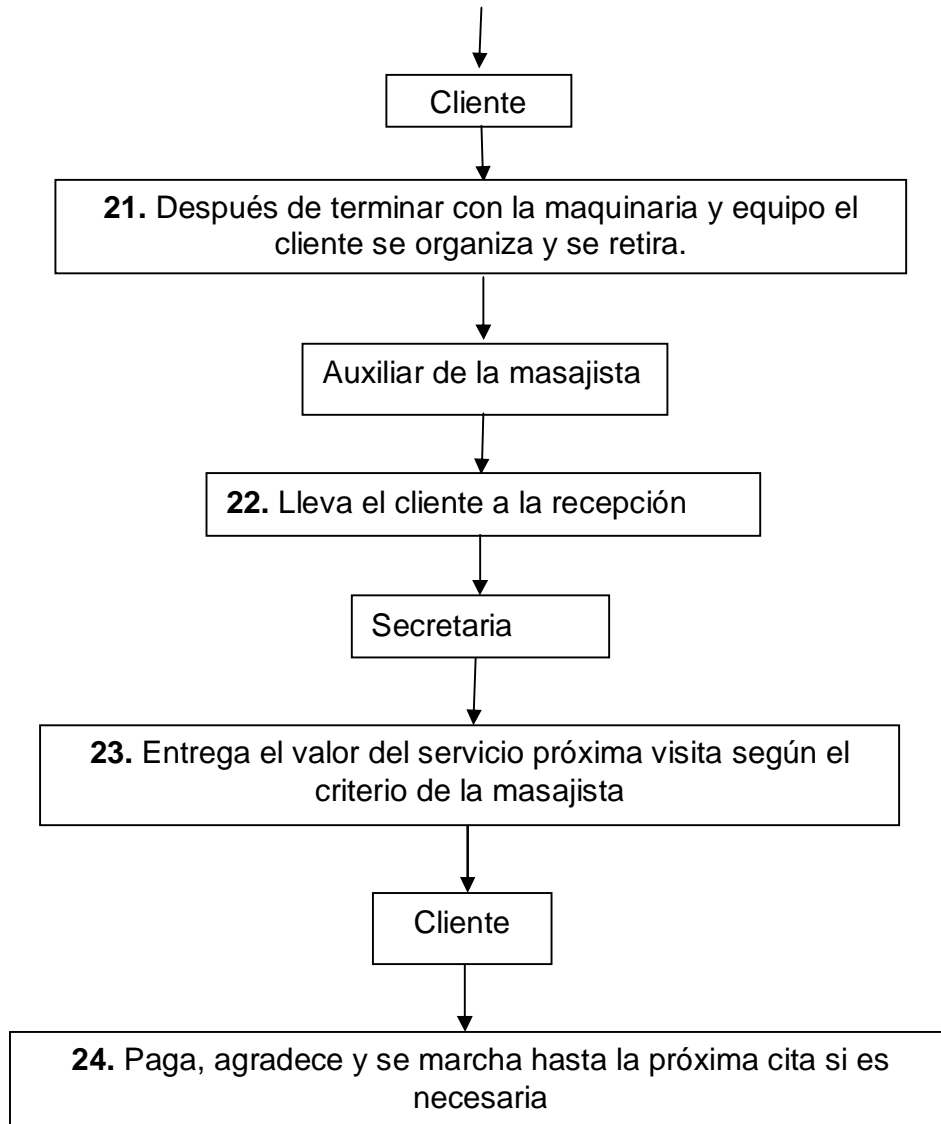
Flujo grama del masaje de relajación.











Características del proceso

1. El cliente entra al Spa.

2. Compra de servicio de masajes de relajación.

Es donde el cliente pide el servicio de cual él cree que necesita para satisfacer la necesidad que se le presenta en ese momento.

3. requisitos

La secretaria menciona al cliente los requisitos para realizarse el masaje los cuales son:

- estar entre los 15 y 54 años
- que no sufran de deficiencias cardiacas (hipertensos, con marcapasos y diabéticos)
- en mujeres que no estén en embarazo y no tengan el dispositivo

4. Análisis del cliente.

Después el cliente de escuchar esto, se da cuenta si es acto para adquirir el servicio y si no lo es aquí termina este proceso.

5. Espera ser atendido.

Cada uno de los servicios tiene una duración de una hora por tal motivo se tratara de que cuando el cliente solicite uno de nuestros servicios se le da la cita inmediatamente por eso en la sala de espera tendremos revistas, periódicos y TV para que el cliente se entretenga mientras espera.

6. Atención al cliente.

La auxiliar de servicios generales será entrenada para que cuando se encuentre un cliente en la sala de espera, se acerque cordialmente y le ofrezca al cliente tinto, aromática o agua mientras espera.

7. Entrega la ficha térmica

La secretaria lleva la ficha térmica a la auxiliar de la masajista para que esté pendiente del turno del cliente.

8. Hora de atender el cliente

Cuando llega la hora para la cita del cliente, la masajista se dirige a la sala de espera y saluda al cliente y lo dirige a la habitación

9. El cliente entra a la habitación

Allí es saludado por la masajista y se sienta.

10. Datos del cliente

La masajista empieza a llenar la ficha térmica con los datos del cliente, esta se hace con el fin de hacer un análisis detallado del cliente y para la factura que se le dará a la secretaria para que sea registrada y cancelada al omento que ya al cliente se le ha prestado el servicio.

11. Información del cliente

El cliente da la información a la masajista. Para poder comenzar con el masaje de relajación.

12. Organización de implementos e insumos

La auxiliar de la masajista organiza:

- Implementos: velas, música de relajación guantes, tapaboca y gorro
- Insumos: aceite de naranja, canela, rosas, relajante, aromaterapia y aplicación de bolas chinas
- Maquinaria y equipo.

13. Organización del cliente

La auxiliar de la masajista entrega al cliente una toalla para que se desvista y se coloque la toalla para poderle realizar el masajes el cliente se acuesta boca arriba en la camilla.

14. Organización de la masajista

La masajista se pone los guantes, el gorro y el tapabocas para iniciar el masaje toma la siguiente posición: pone un pie delante del otro reflexionando la rodilla del pie que esta adelante y balanceando el cuerpo a medida que esta haciendo el masaje.

15. Inicio del masaje

Empieza el masaje de relajación y se explica que beneficios tiene cada producto que se le va a aplicar.

16. Proceso del masaje de relajación

- Empezar los masajes de los pies y se empieza con superficial y profundo, aplicando aceite relajante, de naranja, canela, rosas.
- Empezamos por los pies con superficial y profundo con las palmas de las manos abiertas luego con frotamientos con los pulgares al dorso del pie (en círculos y se va deslizando), frotamientos con el dedo índice de los pies (masajeando los deditos) y terminamos con superficial y profundo
- Seguimos con las piernas con superficial y profundo y con amasamientos con los dedos al músculo tibial, seguimos con amasamiento palmar al músculo de la pantorrilla y con amasamientos alternativos a todo el miembro inferior aplanchado de arriba hacía abajo con las palmas de las manos y continuamos con caminada en cada pierna
- Seguimos con los muslos superficial y profundo amasamientos a todo el muslo, torniquetes, precauciones, cocaditas puño elevado, nudillos y terminamos con superficial y profundo y drenamos en los ganglios linfáticos todo esto se hace con las manos abiertas y cerradas
- Seguimos con el abdomen con superficial y profundo, nudillos con las manos cerradas, masajes cruzado y cruzamos las manos deslizado con los dedos y planchado con el canto de la mano y cerramos con superficial y profundo.
- Seguimos con masaje a la cara torácico y a los senos subimos con las manos por el hueso esternón hasta el cuello y hacemos frotamientos nos devolvemos hacia la clavícula también utilizamos los dedos en digital, llegamos a los senos haciendo movimiento en dirección a las manecillas del reloj
- Seguimos con masaje al brazo y antebrazo empezamos con superficial y profundo a todo el miembro del brazo con amasamiento palmar al hombro y amasamientos con los dedos pulgares a toda la extremidad superior del antebrazo y terminamos con aplanchado a todo el miembro superior del brazo y con superficial y profundo con las palmas de las manos abiertas

- El cliente se acuesta de boca abajo en las piernas se le hace superficial y profundo con las palmas de las manos abiertas.
- Seguimos con la espalda con frotamiento palmar a la fibra posterior del trapecio (cuello)
- Frotamiento superior a la fibra del trapecio (con el canto de la mano hasta el brazo)
- Luego con caminada a todo el cuello con los dedos pulgares.
- Después con amasamientos y frotamientos a toda la espalda y cintura
- Luego con abanico con las cerradas y con caminada a toda la espalda pasamos en ved por la columna y bajamos en s k
- Seguimos con el trapecio y espalda en círculos y terminamos con superficial y profundo

17.Ficha térmica

	Datos
Nombre y apellido	
Teléfono	
Dirección	
Fecha de cumpleaños	
Fecha de consulta	
Fuma	
Estreñimiento	
Elimina toxinas	
Consume:	
Café	
Alcohol	
Medicamentos	
Enfermedades sufridas	
Se ha realizado algún tratamiento estético	
Firma cliente	
Firma masajista	
Descripción y valor completo de los servicios adquiridos	

18. Factura

La secretaria registra en la base de datos la factura para el cliente, allí explica el valor total de los servicios adquiridos

19. Termina masaje.

La masajista termina el masaje de relajación e indica a la auxiliar que

Maquinaria y equipo instala en el cliente, esto depende de lo que el Cliente desea y lo que la masajista sugiere.

20. Instalación de la maquinaria y equipo

La auxiliar de la masajista conecta el equipo que necesita el cliente esto se hace según el criterio de la masajista.

21. Retiramos la maquinaria y equipo

La auxiliar retira el equipo al cliente y lo deja reposar cinco minutos y luego el cliente se organiza

22. Recepción

El cliente es llevado a la recepción por la auxiliar de la masajista para que allí cancele los servicios adquiridos

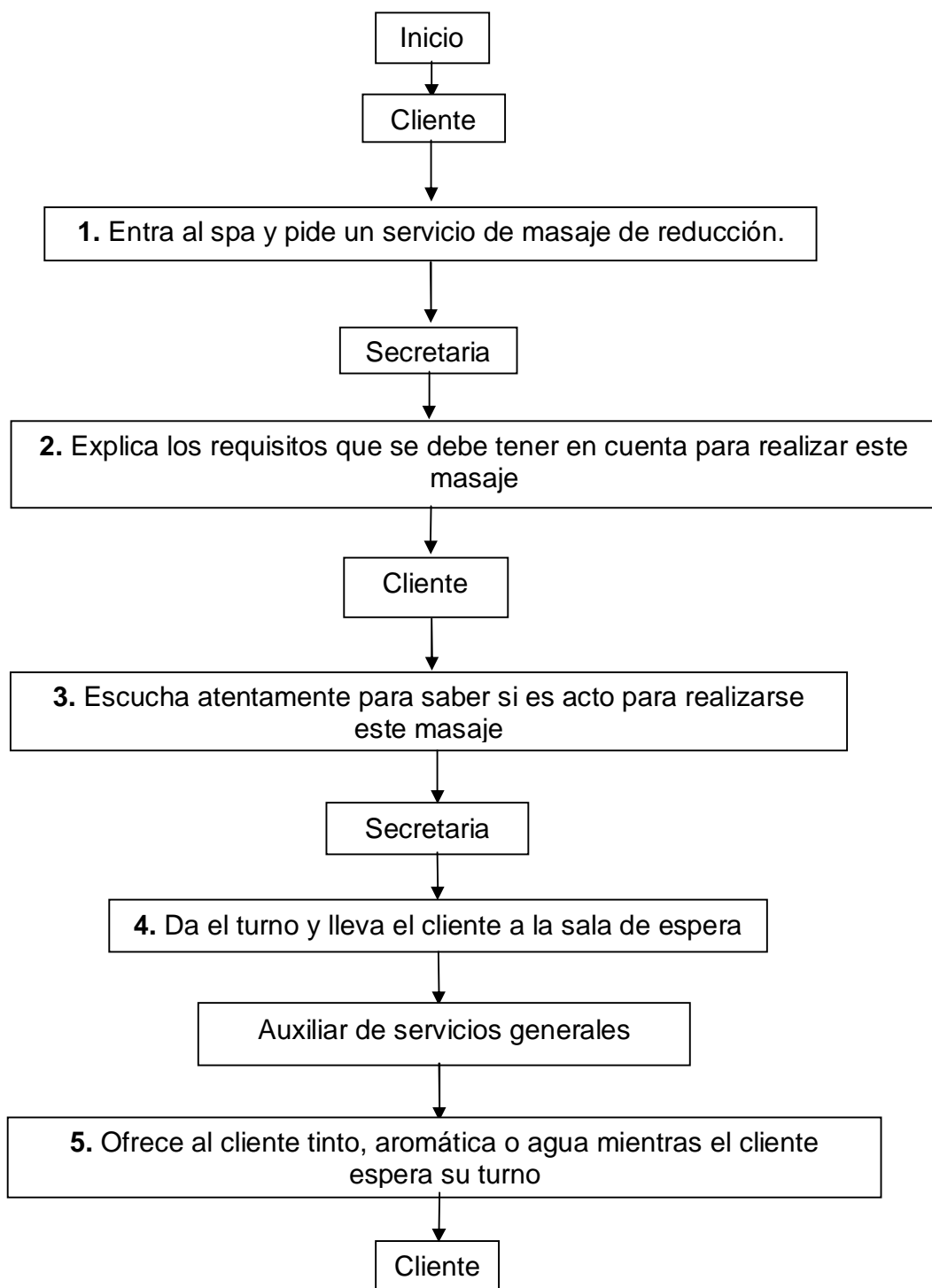
23. La secretaria entrega factura al cliente

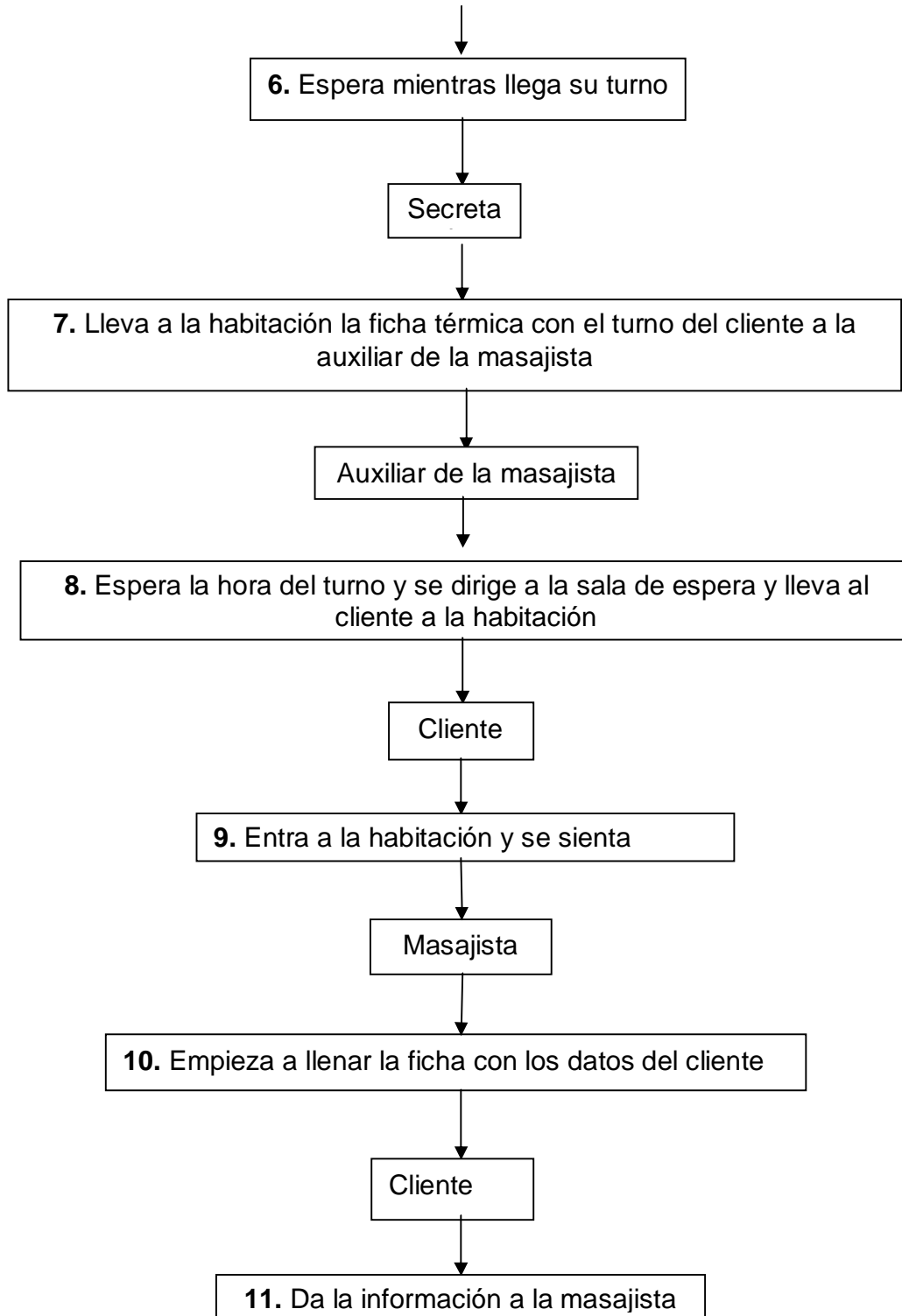
Ya realizada esta factura por la secretaria se la entrega al cliente y próxima cita si es necesario

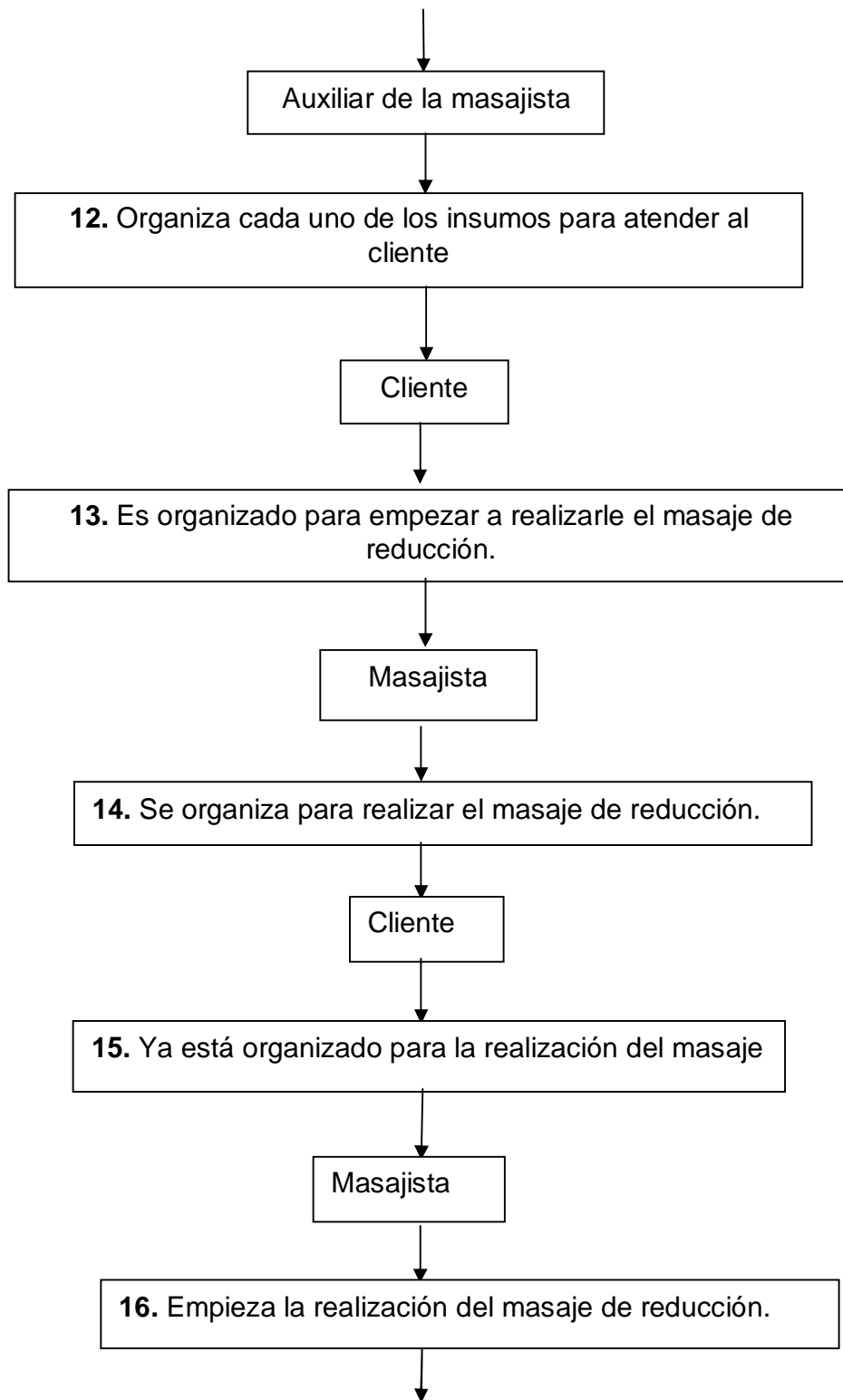
24. Cliente

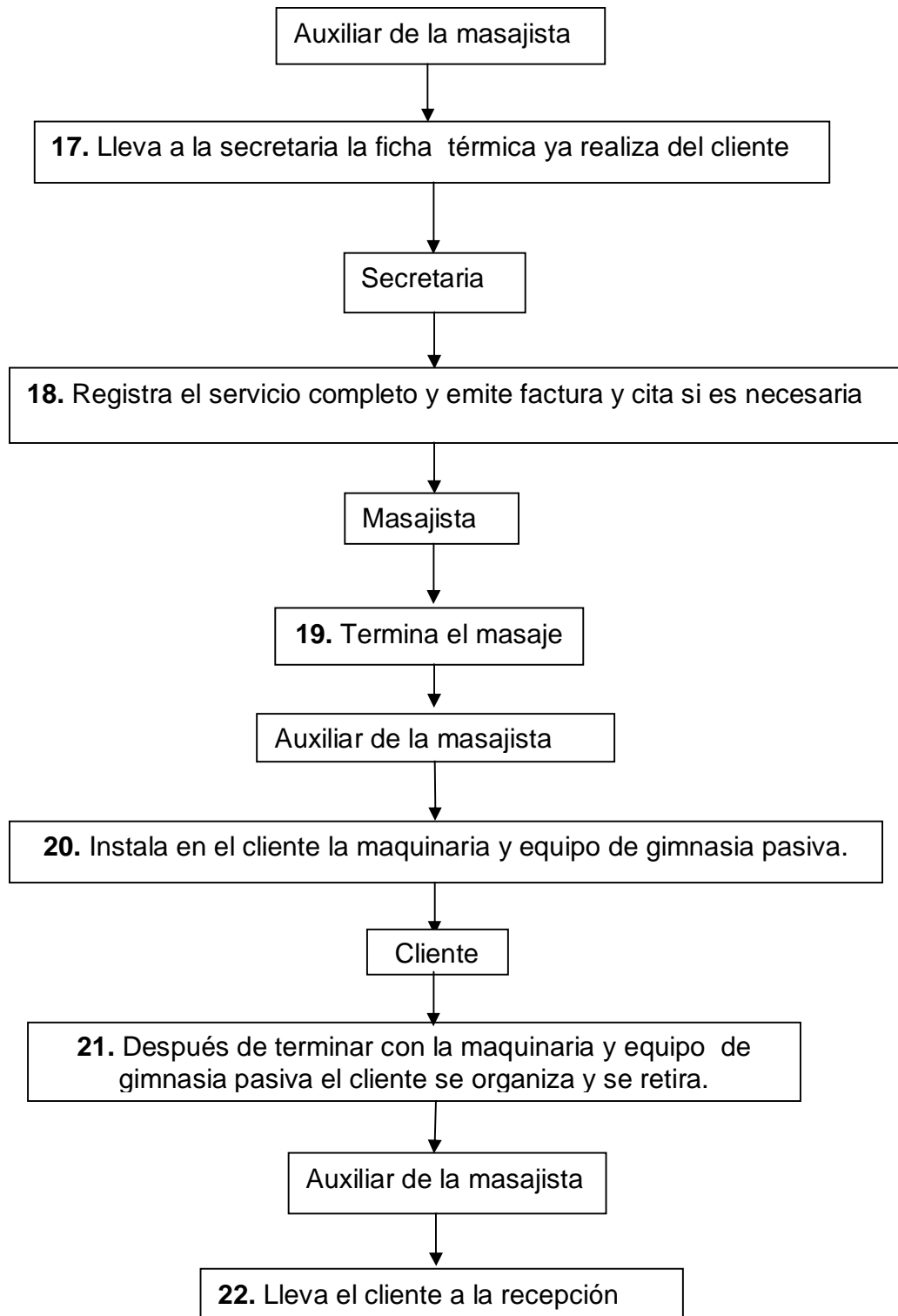
Este cancela la factura, agradece y se marcha hasta su próxima cita si es necesaria,

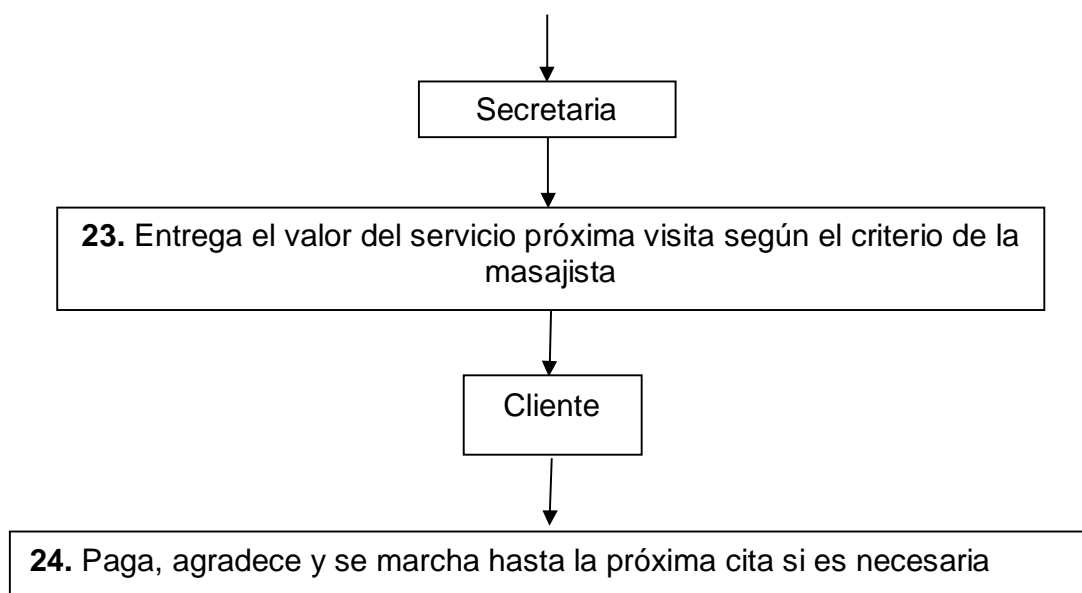
Flujo grama del masaje de reducción.











Características del proceso

1. El cliente entra al Spa.

2. Compra de servicio de masajes de reducción.

Es donde el cliente pide el servicio de cual el cree que necesita para satisfacer la necesidad que se le presenta en ese momento.

3. Requisitos

La secretaria menciona al cliente los requisitos para realizarse el masaje los cuales son:

- estar entre los 15 y 54 años
- que no sufran de deficiencias cardiacas (hipertensos, con marcapasos y diabéticos)
- en mujeres que no estén en embarazo y no tengan el dispositivo

4. Análisis del cliente.

Después el cliente de escuchar esto, se da cuenta si es acto para adquirir el servicio y si no lo es aquí termina este proceso.

5. Espera ser atendido.

Cada uno de los servicios tiene una duración de una hora por tal motivo se tratara de que cuando el cliente solicite uno de nuestros servicios se le da la cita inmediatamente por eso en la sala de espera tendremos revistas, periódicos y TV para que el cliente se entretenga mientras espera.

6. Atención al cliente.

La auxiliar de servicios generales será entrenada para que cuando se encuentre un cliente en la sala de espera, se acerque cordialmente y le ofrezca al cliente tinto, aromática o agua mientras espera.

7. Entrega la ficha térmica

La secretaria lleva la ficha térmica a la auxiliar de la masajista para que esté pendiente del turno del cliente.

8. Hora de atender el cliente

Cuando llega la hora para la cita del cliente, la masajista se dirige a la sala de espera y saluda al cliente y lo dirige a la habitación

9. El cliente entra a la habitación

Allí es saludado por la masajista y se sienta.

10. Datos del cliente

La masajista empieza a llenar la ficha térmica con los datos del cliente, esta se hace con el fin de hacer un análisis detallado del cliente y para la factura que se le dará a la secretaria para que sea registrada y cancelada al omento que ya al cliente se le ha prestado el servicio.

11. Información del cliente

El cliente da la información a la masajista. Para poder comenzar con el masaje de relajación.

12. Organización de implementos e insumos

La auxiliar de la masajista organiza:

- Implementos: guantes, tapaboca y gorro
- Insumos: Gránulos de avena, Jabón líquido de avena, aceite de naranja + aceite algas marinas + aceite de romero, gel termo reductor para las vendas y papel osmótico
- Maquinaria y equipo: gimnasia pasiva

13. Organización del cliente

La auxiliar de la masajista entrega al cliente una toalla para que se desvista y se coloque la toalla para poderle realizar el masajes el cliente se acuesta boca arriba en la camilla.

14. Organización de la masajista

La masajista se pone los guantes, el gorro y el tapabocas para iniciar el masaje toma la siguiente posición: pone un pie delante del otro reflexionando la rodilla del pie que esta adelante y balanceando el cuerpo a medida que está haciendo el masaje.

15. Inicio del masaje

Empieza el masaje de relajación y se explica que beneficios tiene cada producto que se le va a aplicar.

16. Proceso del masaje de reducción

- La masajista toma un metro y toma las medidas del abdomen para saber cuáles son las medidas
- La masajista hace que el cliente se monte a una pesa para mirar cual es el peso
- Luego exfoliar el abdomen con gránulos de avena, jabón líquido de avena se y limpia bien.
- Aceite de naranja se le hace el masaje por 5 minutos, se le agrega el aceite de algas marinas por 5 minutos y se le agrega el aceite de romero dejando actuar por 5 minutos.
- Empezar el masaje abriendo la ingle de la parte superior

- Empezamos con superficial y profundo
- Luego con masaje cruzado con presión normal (cruzar las manos)
- Deslizado con las manos
- Amasamientos a todos los lados del abdomen
- Nudillos en el abdomen con los dedos cerrados
- En ved almohadillas (zona hipoténar)
- terminamos con superficial y profundo
- luego que terminamos el masaje colocamos la maquinaria y equipo de la gimnasia pasiva
- los electrodos de la gimnasia pasiva se colocan con el gel termo reductor en el abdomen el negativo – arriba el lado positivo + abajo y son 8 electrodos.
- luego se deja que la gimnasia pasiva actúe por 30 minutos
- después se le quita la gimnasia pasiva
- se le coloca vendas frías con el papel osmótico.

17. Ficha térmica	Datos
Nombre y apellido	
Teléfono	
Dirección	
Fecha de cumpleaños	
Fecha de consulta	
Fuma	
Estreñimiento	
Elimina toxinas	
Consume:	
Café	
Alcohol	
Medicamentos	
Enfermedades sufridas	
Se ha realizado algún tratamiento estético	
Firma cliente	
Firma masajista	
Descripción y valor completo de los servicios adquiridos	

18. Factura

La secretaria registra en la base de datos la factura para el cliente, allí explica el valor total de los servicios adquiridos

19. Termina masaje.

La masajista termina el masaje de relajación e indica a la auxiliar que Maquinaria y equipo instala en el cliente, esto depende de lo que el Cliente desea y lo que la masajista sugiere.

20. Instalación de la maquinaria y equipo

La auxiliar de la masajista conecta el quipo que necesita el cliente esto se hace según el criterio de la masajista y lo instala en parte que se le trabajo al cliente

21. Retiramos la maquinaria y equipo

La auxiliar retira el equipo al cliente y lo deja reposar cinco minutos y luego el cliente se organiza

22. Recepción

El cliente es llevado a la recepción por la auxiliar de la masajista para que allí cancele los servicios adquiridos

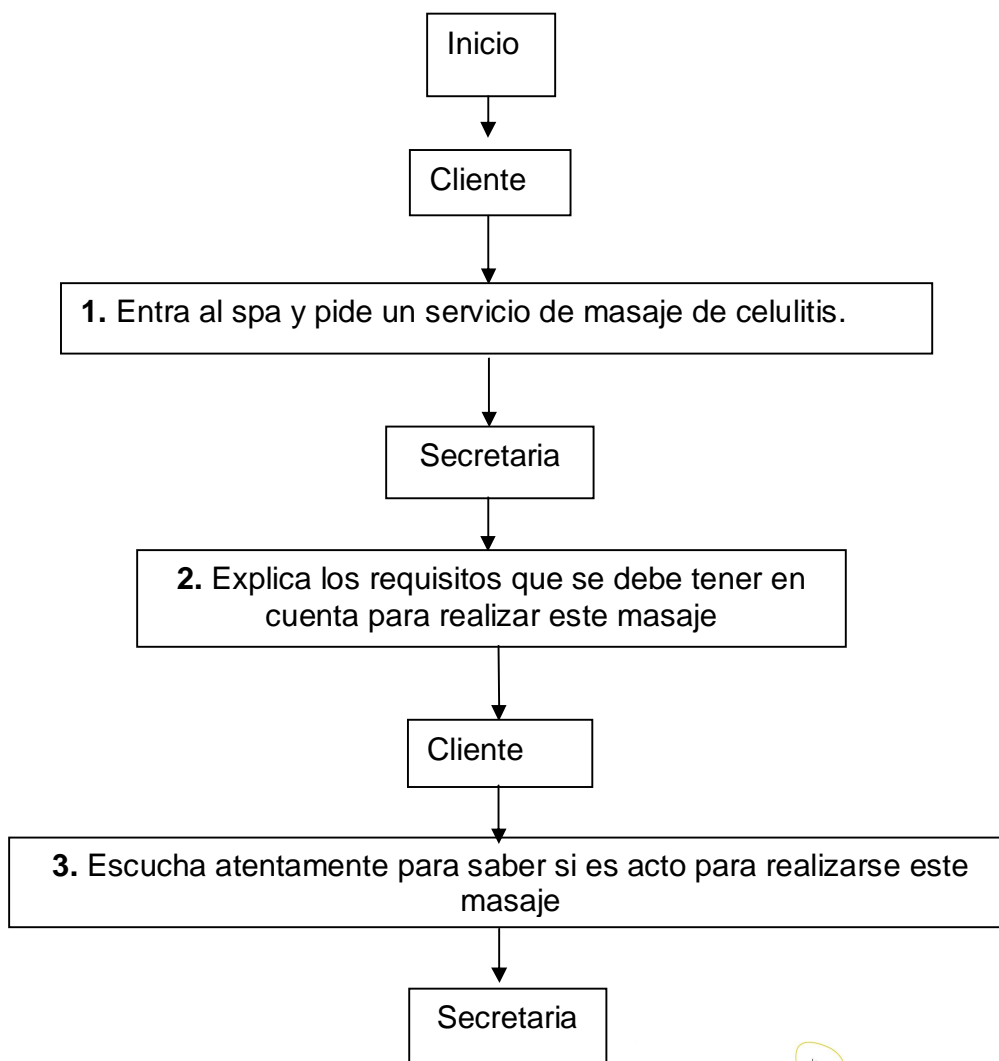
23. La secretaria entrega factura al cliente

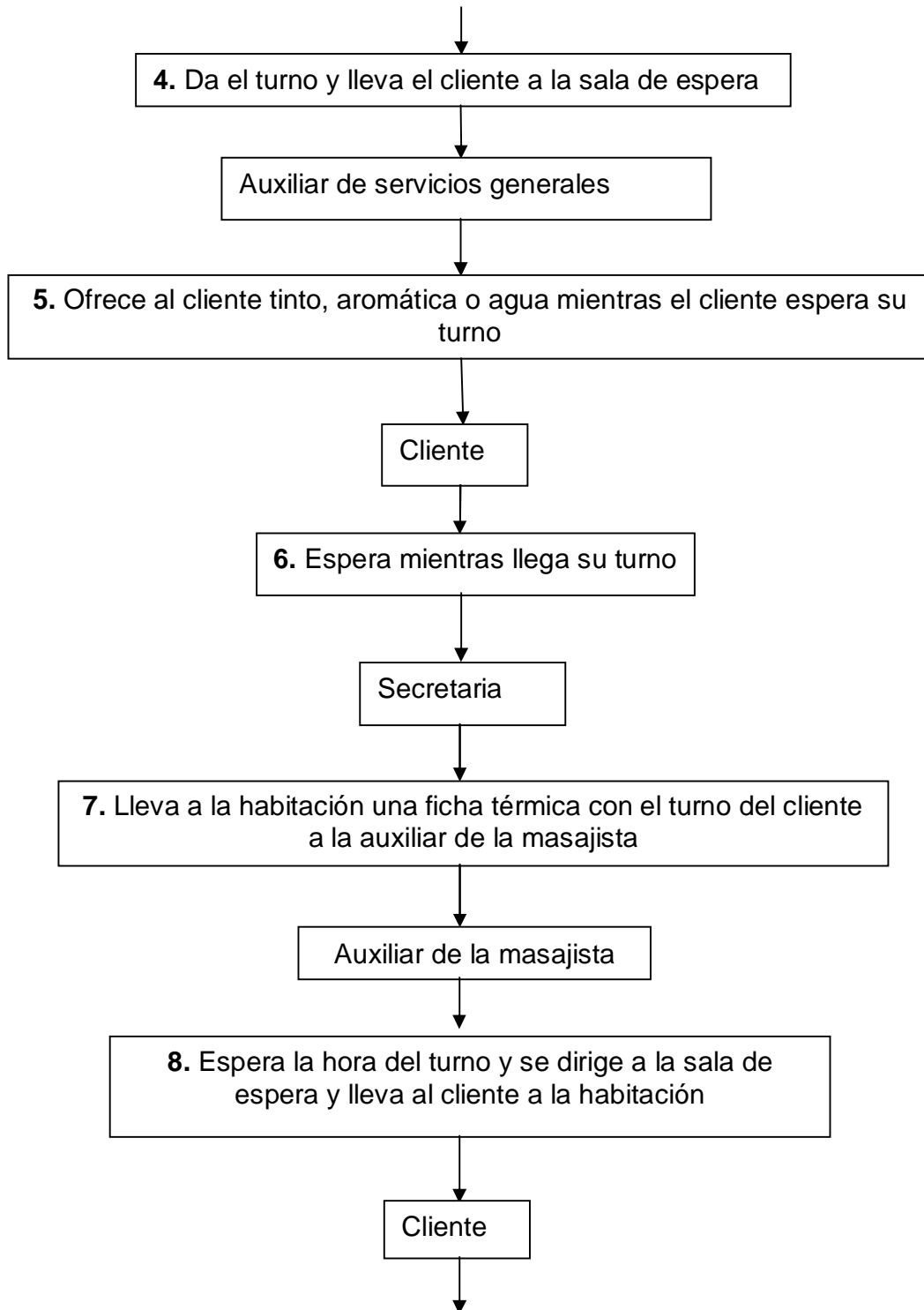
Ya realizada esta factura por la secretaria se la entrega al cliente y próxima cita si es necesario

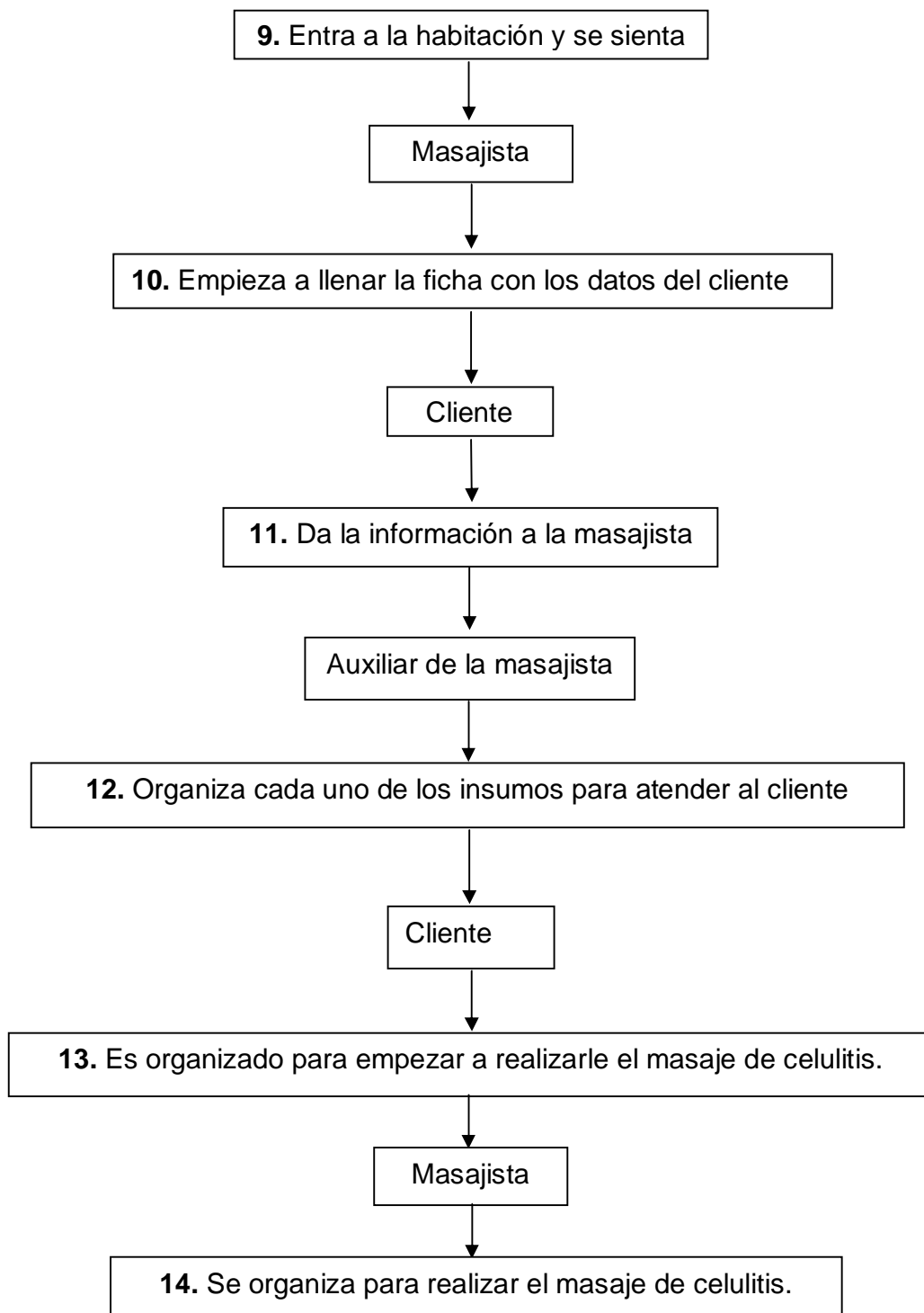
24. Cliente

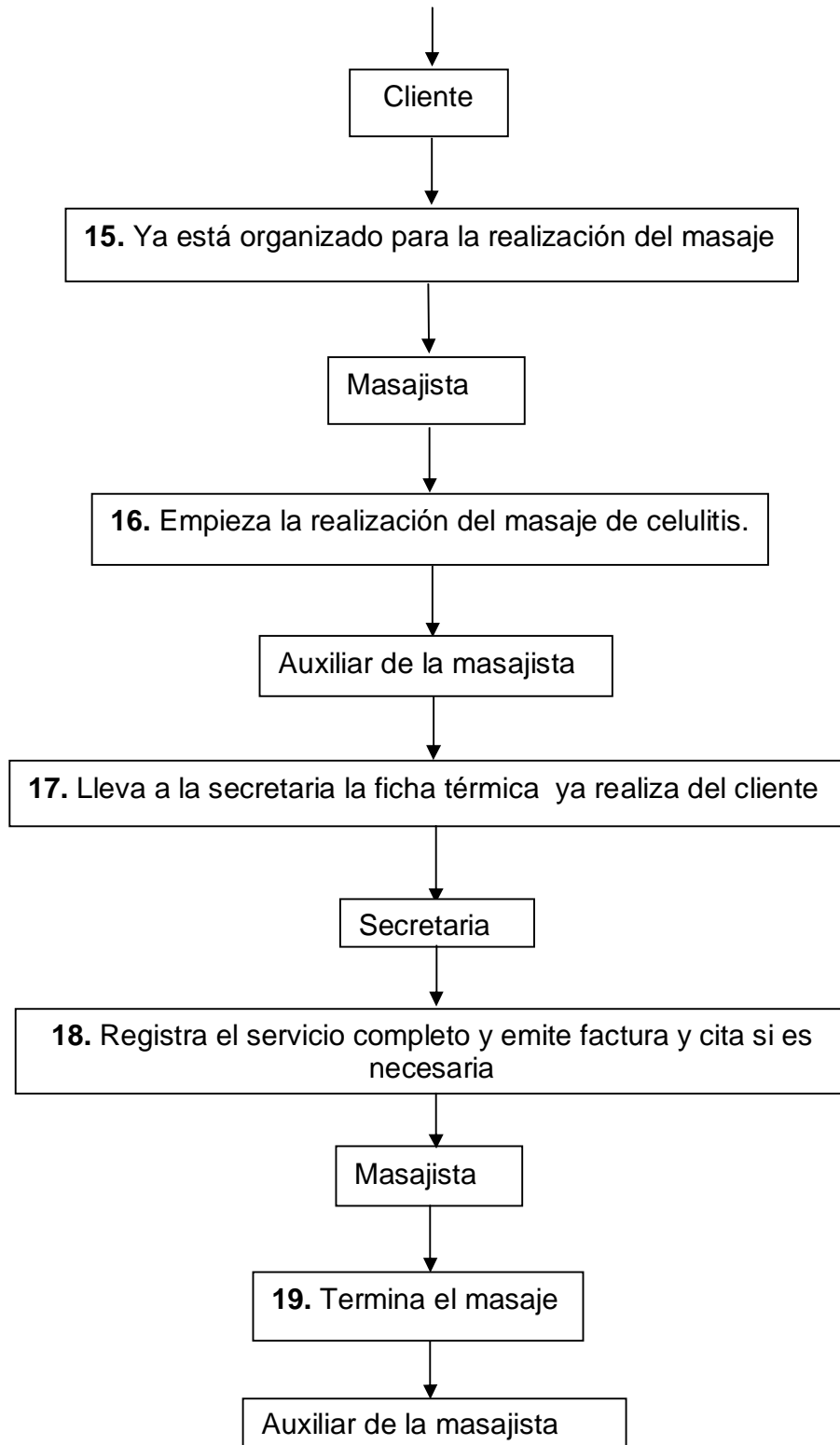
Este cancela la factura, agradece y se marcha hasta su próxima cita

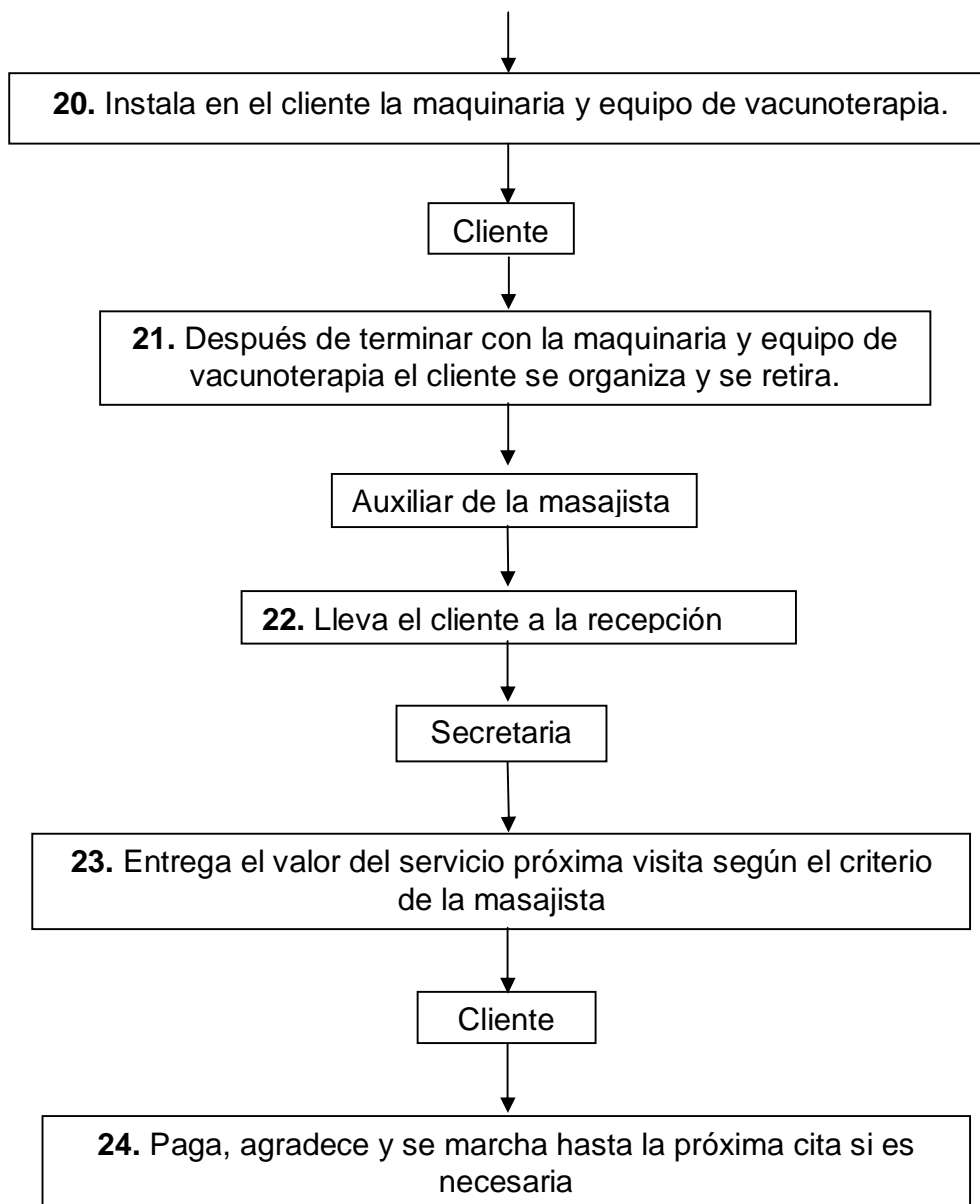
Flujo grama del masaje de celulitis.











Características del proceso

1. El cliente entra al Spa.

2. Compra de servicio de masajes de celulitis.

Es donde el cliente pide el servicio de cual el cree que necesita para satisfacer la necesidad que se le presenta en ese momento.

3. Requisitos

La secretaria menciona al cliente los requisitos para realizarse el masaje los cuales son:

- Estar entre los 15 y 54 años
- Que no sufran de deficiencias cardiacas (hipertensos, con marcapasos y diabéticos)
- En mujeres que no estén en embarazo y no tengan el dispositivo

4. Análisis del cliente.

Después el cliente de escuchar esto, se da cuenta si es acto para adquirir el servicio y si no lo es aquí termina este proceso.

5. Espera ser atendido.

Cada uno de los servicios tiene una duración de una hora por tal motivo se tratara de que cuando el cliente solicite uno de nuestros servicios se le da la cita inmediatamente por eso en la sala de espera tendremos revistas, periódicos y TV para que el cliente se entretenga mientras espera.

6. Atención al cliente.

La auxiliar de servicios generales será entrenada para que cuando se encuentre un cliente en la sala de espera, se acerque cordialmente y le ofrezca al cliente tinto, aromática o agua mientras espera.

7. Entrega la ficha térmica

La secretaria lleva la ficha térmica a la auxiliar de la masajista para que esté pendiente del turno del cliente.

8. Hora de atender el cliente

Cuando llega la hora para la cita del cliente, la masajista se dirige a la sala de

espera y saluda al cliente y lo dirige a la habitación

9. El cliente entra a la habitación

Allí es saludado por la masajista y se sienta.

10. Datos del cliente

La masajista empieza a llenar la ficha térmica con los datos del cliente, esta se hace con el fin de hacer un análisis detallado del cliente y para la factura que se le dará a la secretaria para que sea registrada y cancelada al omento que ya al cliente se le ha prestado el servicio.

11. Información del cliente

El cliente da la información a la masajista. Para poder comenzar con el masaje de relajación.

12. Organización de implementos e insumos

La auxiliar de la masajista organiza:

- Implementos: guantes, tapaboca y gorro
- Insumos: aceite de naranja, aceite de parafina, aceite de algas marinas, aceite de romero, firm body reductor y loción corporal anticelulítico.

recipiente, toallas

- Maquinaria y equipo: vacunterapia

13. Organización del cliente

La auxiliar de la masajista entrega al cliente una toalla para que se desvista y se coloque la toalla para poderle realizar el masajes el cliente se acuesta boca arriba en la camilla.

14. Organización de la masajista

La masajista se pone los guantes, el gorro y el tapabocas para iniciar el masaje toma la siguiente posición: pone un pie delante del otro reflexionando la rodilla del pie que esta adelante y balanceando el cuerpo a medida que está haciendo el masaje.

15. Inicio del masaje

Empieza el masaje de relajación y se explica que beneficios tiene cada Producto que se le va a aplicar.

16. Proceso del masaje de celulitis.

- Primero coge el recipiente le echa un poquito de agua tibia y cinco gotas de aceite de naranja y coger la toalla y introducirla dentro del recipiente, dejar que repose
- Sacar la toalla del recipiente
- Poner la toalla en la parte afectada del cliente
- Hacer el masaje de picoteo por encima de la toalla tres veces
- Retirar la toalla de la parte afectada del cliente
- Empezar el masaje con aceite de naranja, por 5 minutos, luego agregamos el aceite de algas marinas y el aceite de parafina superficial y profundo y nudillos luego amaseo digital, caminada estos son masajes circulares con las palmas de las manos y con los dedos pulgares con esto terminamos la duración es de 5 minutos cada muslo.
- Después de terminar el masaje ya se le coloca al cliente la vacunterapia con firm body reductor y se le hace el drenaje linfático con presiones profundas y su duración en cada muslo es de 10 minutos.
- Por último se le agrega la loción corporal anticelulítico.

17. Ficha térmica	Datos
Nombre y apellido	
Teléfono	
Dirección	
Fecha de cumpleaños	
Fecha de consulta	
Fuma	
Estreñimiento	
Elimina toxinas	
Consume:	

Café	
Alcohol	
Medicamentos	
Enfermedades sufridas	
Se ha realizado algún tratamiento estetico	
Firma cliente	
Firma masajista	
Descripción y valor completo de los servicios adquiridos	

18. Factura

La secretaria registra en la base de datos la factura para el cliente, allí explica el valor total de los servicios adquiridos

19. Termina masaje.

La masajista termina el masaje de relajación e indica a la auxiliar que Maquinaria y equipo instala en el cliente, esto depende de lo que el Cliente desea y lo que la masajista sugiere.

20. Instalación de la maquinaria y equipo

La auxiliar de la masajista conecta el quipo que necesita el cliente esto se hace según el criterio de la masajista y lo instala en parte que se le trabajo al cliente

21. Retiramos la maquinaria y equipo

La auxiliar retira el equipo al cliente y lo deja reposar cinco minutos y luego el cliente se organiza

22. Recepción

El cliente es llevado a la recepción por la auxiliar de la masajista para que allí cancele los servicios adquiridos

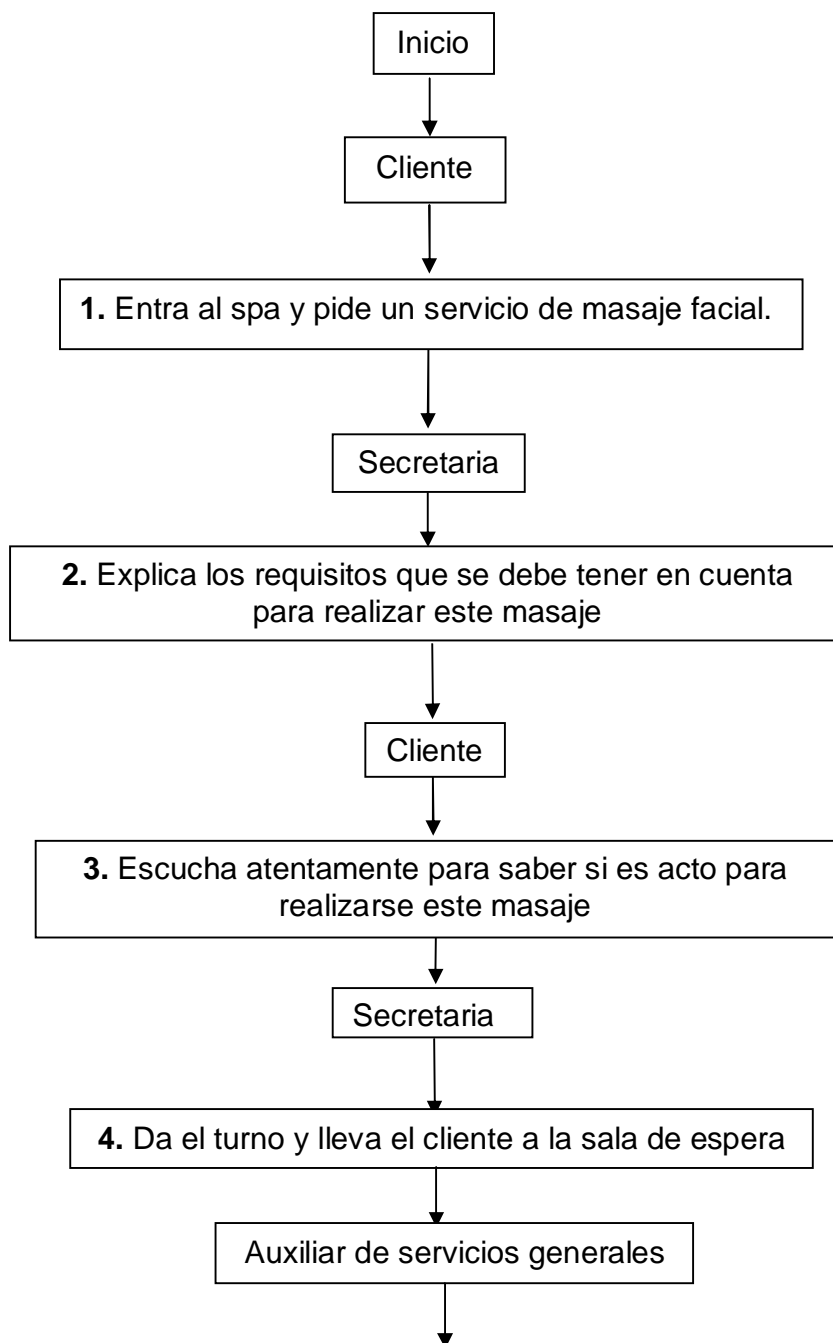
23. La secretaria entrega factura al cliente

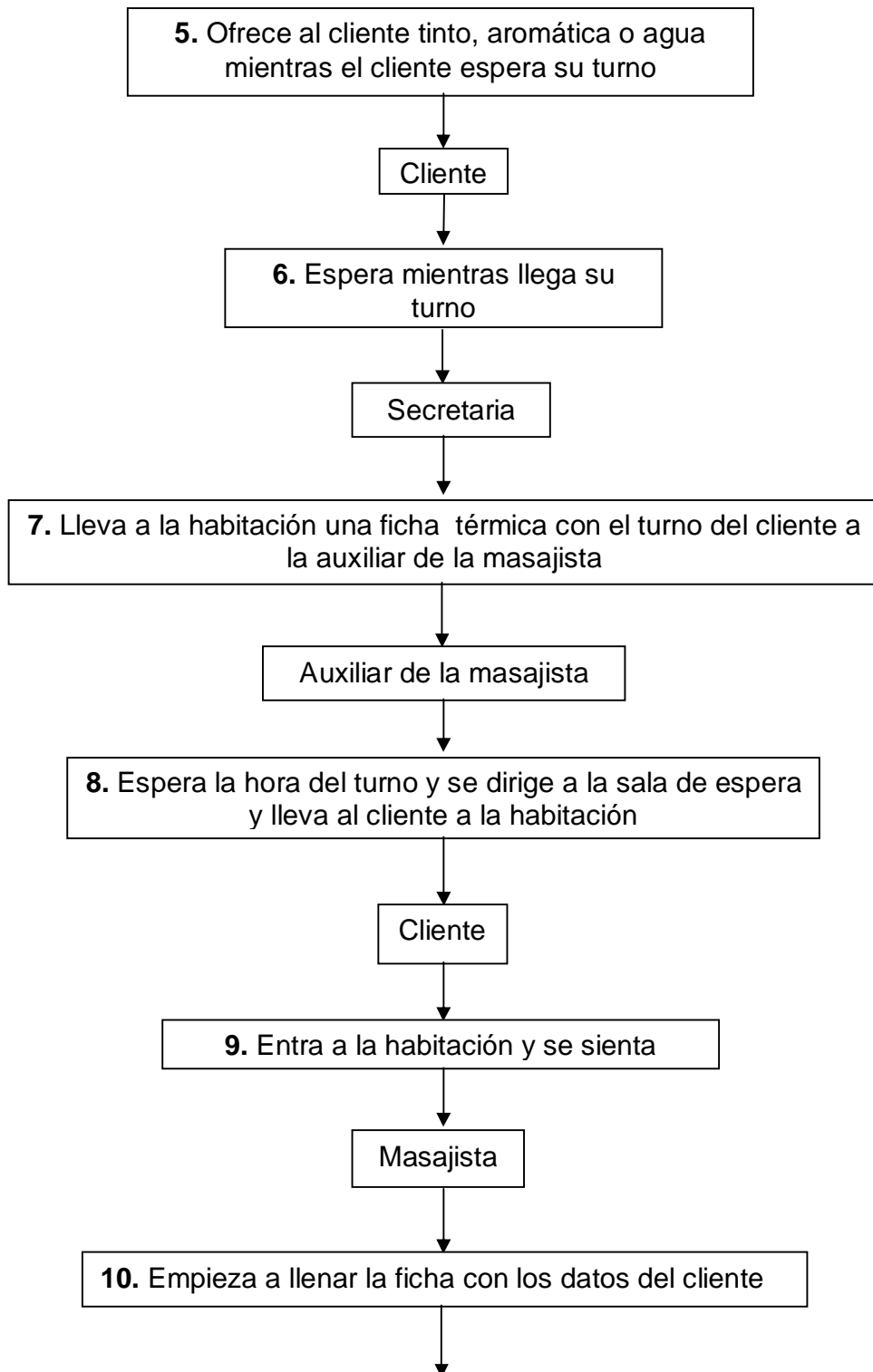
Ya realizada esta factura por la secretaria se la entrega al cliente y próxima cita si es necesario

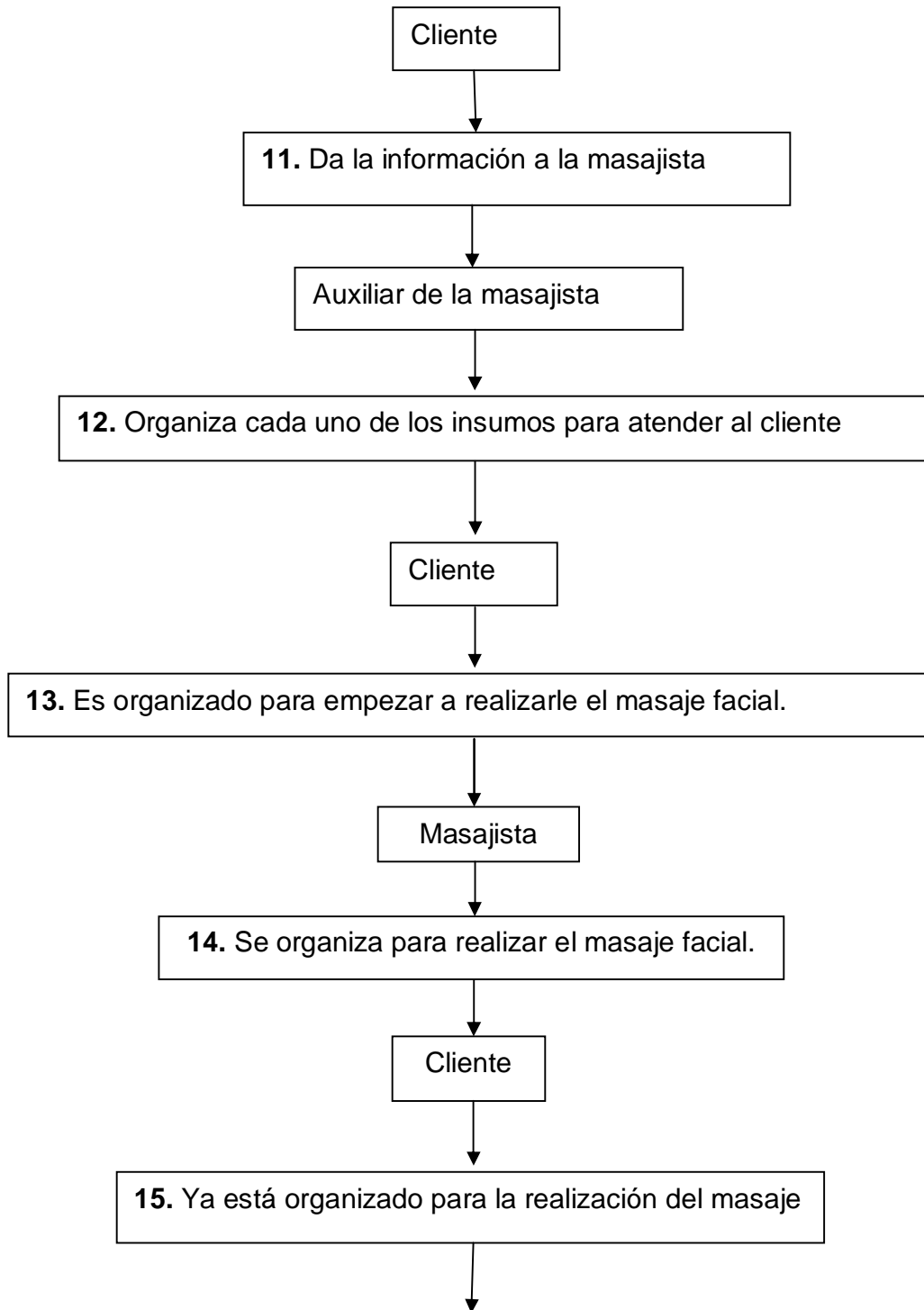
24. Cliente

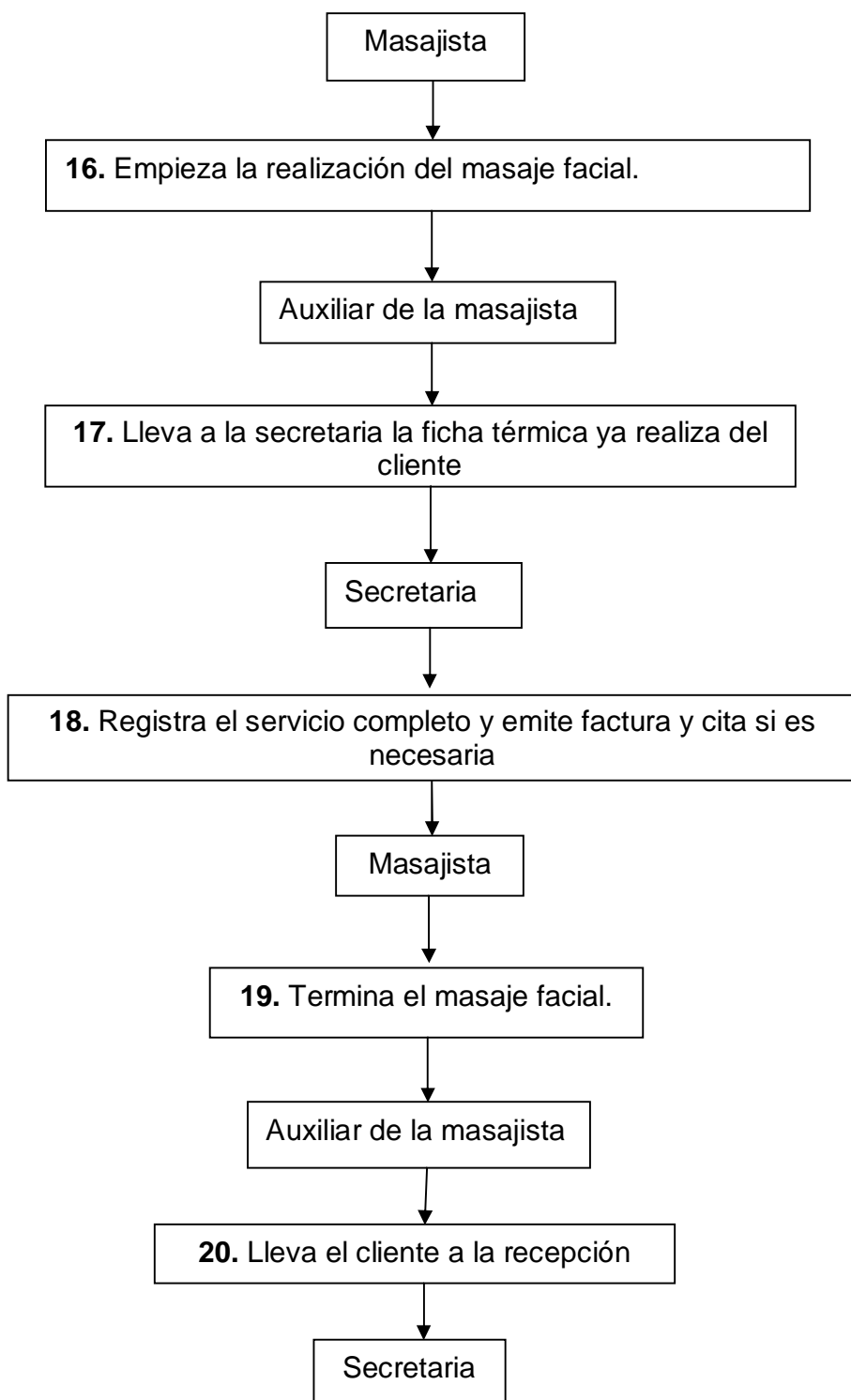
Este cancela la factura, agradece y se marcha hasta su próxima cita

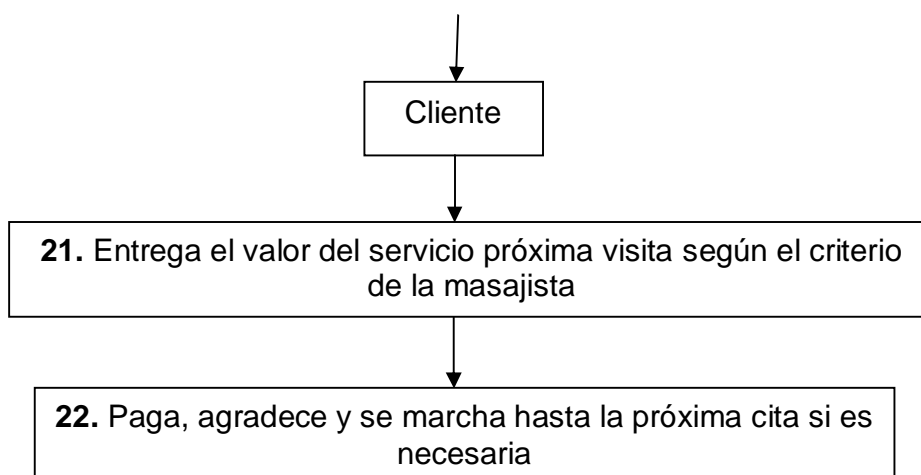
Flujo grama del masaje facial.











Características del proceso

1. El cliente entra al Spa

2. Compra de servicio de masajes facial.

Es donde el cliente pide el servicio de cual él cree que necesita para satisfacer la necesidad que se le presenta en ese momento.

3.Requisitos

La secretaria menciona al cliente los requisitos para realizarse el masaje los cuales son:

estar entre los 15 y 54 años

que no sufran de deficiencias cardiacas (hipertensos, con marcapasos y diabéticos)

en mujeres que no estén en embarazo y no tengan el dispositivo

4. Análisis del cliente.

Después el cliente de escuchar esto, se da cuenta si es acto para adquirir el servicio y si no lo es aquí termina este proceso.

5. Espera ser atendido.

Cada uno de los servicios tiene una duración de una hora por tal motivo se

tratará de que cuando el cliente solicite uno de nuestros servicios se le da la cita inmediatamente por eso en la sala de espera tendremos revistas, periódicos y TV para que el cliente se entretenga mientras espera.

6. Atención al cliente.

La auxiliar de servicios generales será entrenada para que cuando se encuentre un cliente en la sala de espera, se acerque cordialmente y le ofrezca al cliente tinto, aromática o agua mientras espera.

7. Entrega la ficha térmica

La secretaria lleva la ficha térmica a la auxiliar de la masajista para que esté pendiente del turno del cliente.

8. Hora de atender el cliente

Cuando llega la hora para la cita del cliente, la masajista se dirige a la sala de espera y saluda al cliente y lo dirige a la habitación

9. El cliente entra a la habitación

Allí es saludado por la masajista y se sienta.

10. Datos del cliente

La masajista empieza a llenar la ficha térmica con los datos del cliente, esta se hace con el fin de hacer un análisis detallado del cliente y para la factura que se le dará a la secretaria para que sea registrada y cancelada al momento que ya al cliente se le ha prestado el servicio.

11. Información del cliente

El cliente da la información a la masajista. Para poder comenzar con el masaje de relajación.

12. Organización de implementos e insumos

La auxiliar de la masajista organiza:
Implementos: guantes, tapaboca y gorro

Insumos: toallas, recipiente, leche limpiadora, mascarilla de barro, mascarilla de oxígeno, mascarilla de papaina, gel refrescante de aloe vera, gel exfoliante facial y aminoácido de colágeno.

Maquinaria y equipo: la lupa

13. Organización del cliente

La auxiliar de la masajista pone un gorro en la cabeza al cliente para poderle realizar el masajes el cliente se acuesta boca arriba en la camilla.

14. Organización de la masajista

La masajista se pone los guantes, el gorro y el tapabocas para iniciar el masaje se sienta en un banco de madera grande y empieza con el masaje.

15. Inicio del masaje

La masajista empieza a visualizar con la lupa la cara del cliente para saber cuál es el trabajo que se va a realizar con el extractor y se inicia el masaje explicando los beneficios de cada uno de los productos que se le va a aplicar.

16. Proceso de la limpieza facial

- Para empezar el masaje facial se visualiza la cara del cliente con la lupa para saber cuál es el trabajo que se va a realizar con el extractor.
- Exfoliamos con gel exfoliante facial.
- Limpiamos la cara de 5 a 10 minutos con la leche limpiadora, de adentro hacia fuera y de arriba hacia las orejas cogemos una toalla suave y vamos limpiando el rostro hasta que quede totalmente limpio
- Abrimos con los dedos apertura de los ganglios al lado de las orejas
- Seguimos con los nasojeniamos en la nariz con suave presión y los llevamos hacia las mejillas y votamos en los ganglios esto lo hacemos con la yema de los dedos
- Luego con los mentoniamos en la cumbamba y cogemos el submaxilares en el cuello seguimos con la parótidas detrás de las orejas, los lagrimales en el área del ojo en forma de círculos todo esto la hacemos con la yema de los dedos y cerramos con los ganglios y barreos
- Se le agrega una mascarilla de barro, con una brocha y se deja actuar por 15 minutos.
- Luego se limpia y se le echa la mascarilla de oxigeno, con una brocha y se deja actuar por 10 minutos.
- Limpiamos con una toalla suave, y agregamos la mascarilla de papaina,

con una brolla y dejamos actuar por 10 minutos.

- Después de realizar las tres mascarillas, se le aplica el gel refrescante de aloe vera dejando actuar por 5 minutos.
- por últimos se la agrega el aminoácido de colágeno para hidratar la piel.

17. Ficha térmica	Datos
Nombre y apellido	
Teléfono	
Dirección	
Fecha de cumpleaños	
Fecha de consulta	
Fuma	
Estreñimiento	
Elimina toxinas	
Consume:	
Café	
Alcohol	
Medicamentos	
Enfermedades sufridas	
Se ha realizado algún tratamiento estetico	
Firma cliente	
Firma masajista	
Descripción y valor completo de los servicios adquiridos	

18. Factura

La secretaria registra en la base de datos la factura para el cliente, allí explica el valor total de los servicios adquiridos

19. Termina masaje.

La masajista termina el masaje facial y el cliente se retira en compañía de La auxiliar de la masajista.

20. Recepción

El cliente es llevado a la recepción por la auxiliar de la masajista para que allí cancele los servicios adquiridos

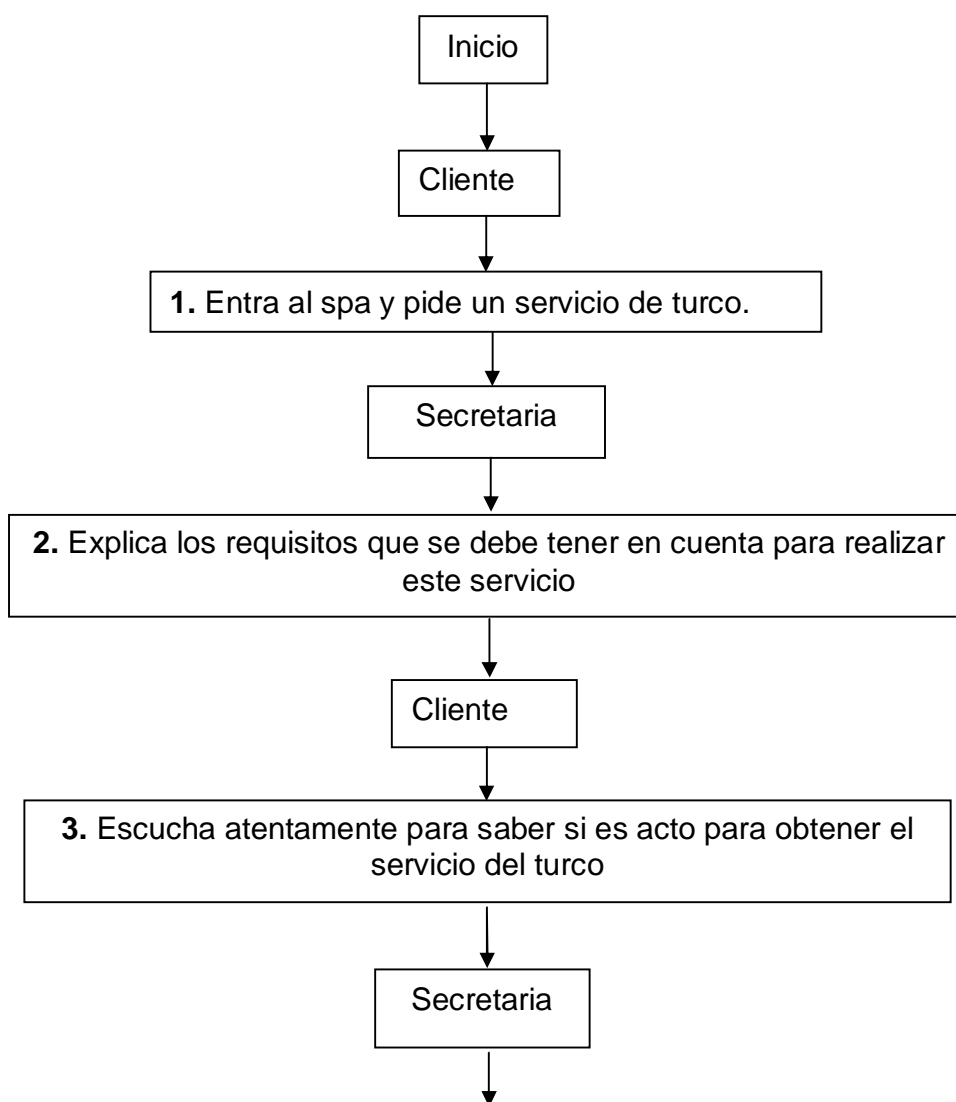
21. La secretaria entrega factura al cliente

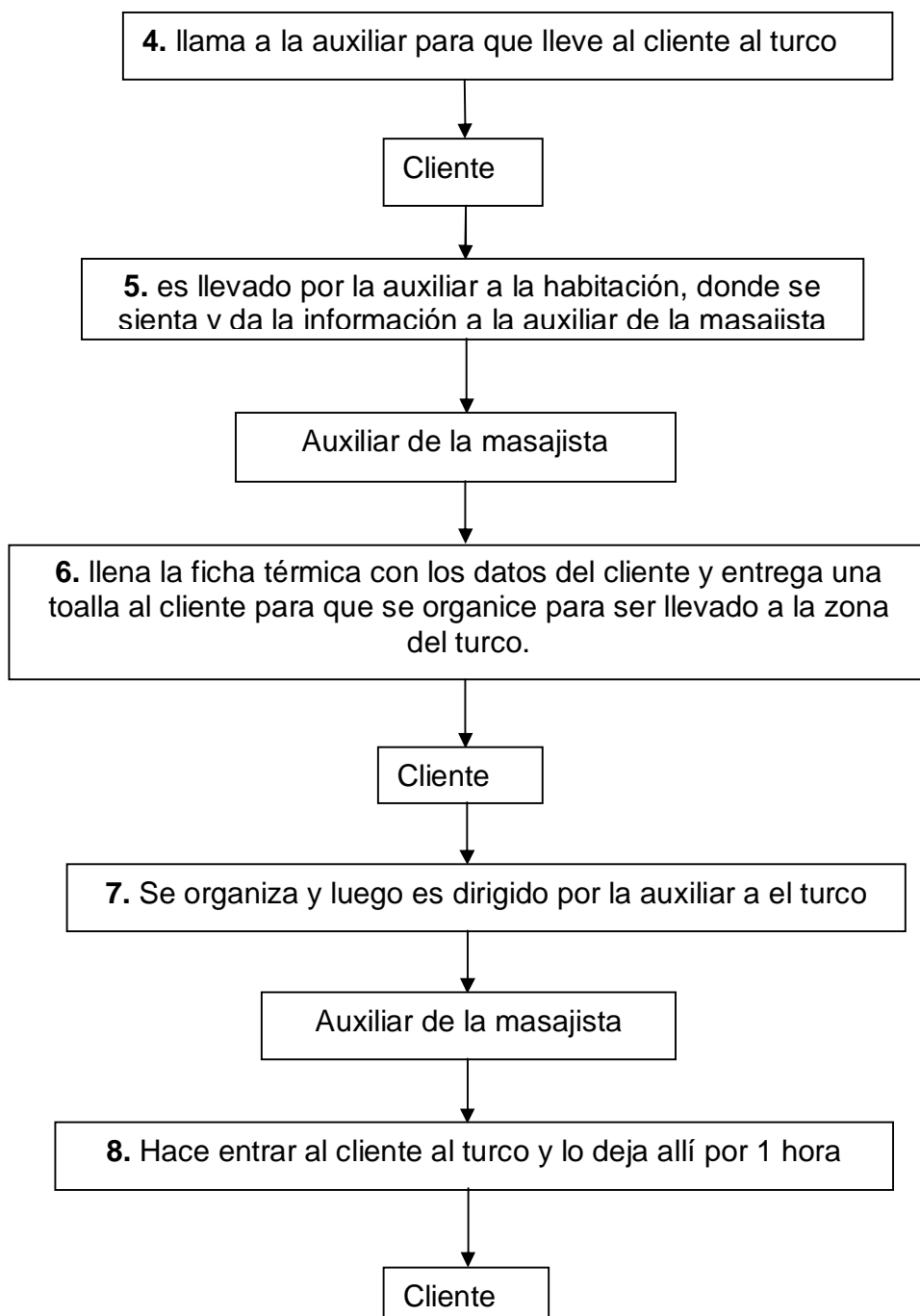
Ya realizada esta factura por la secretaria se la entrega al cliente y próxima cita si es necesario

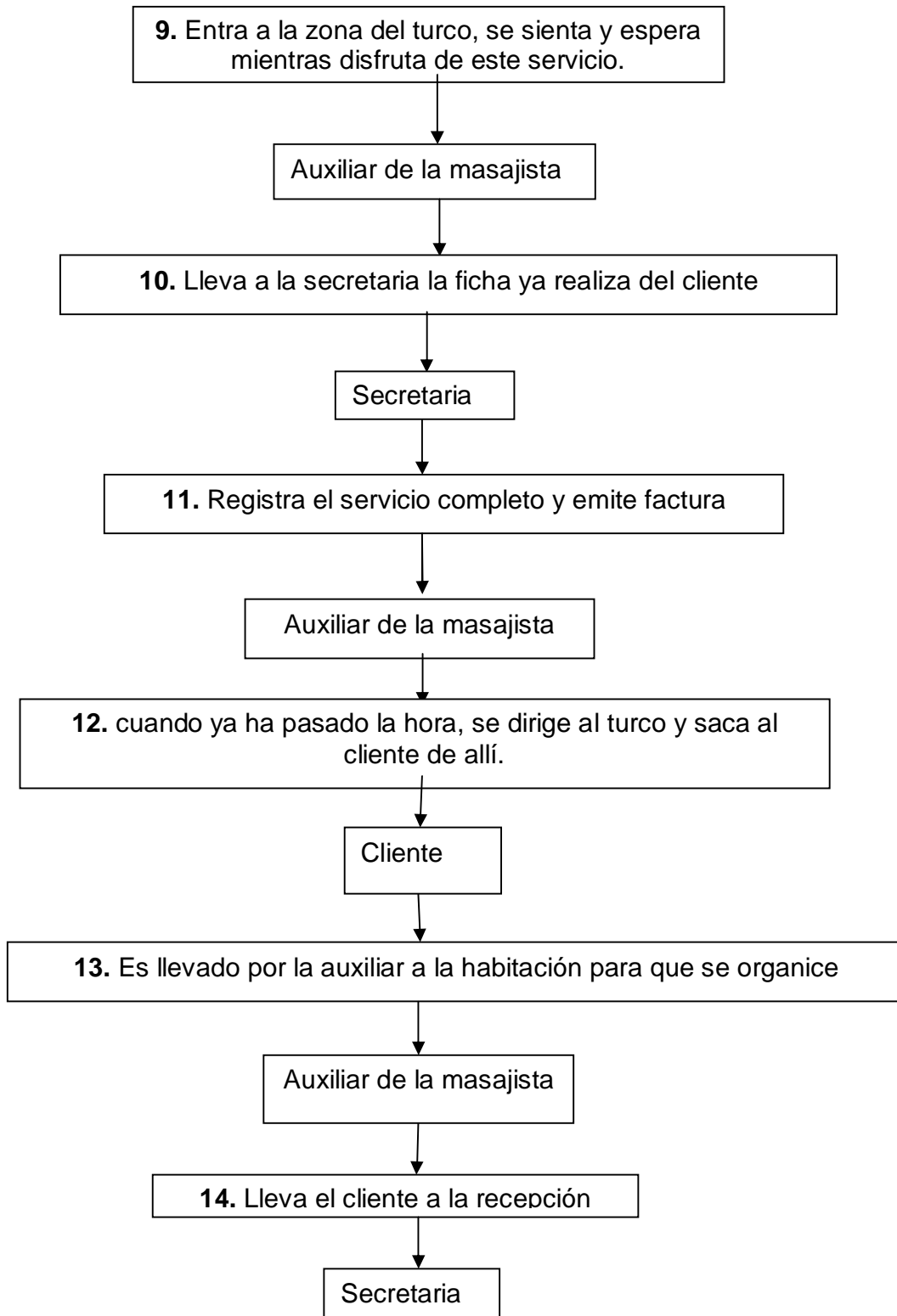
22. Cliente

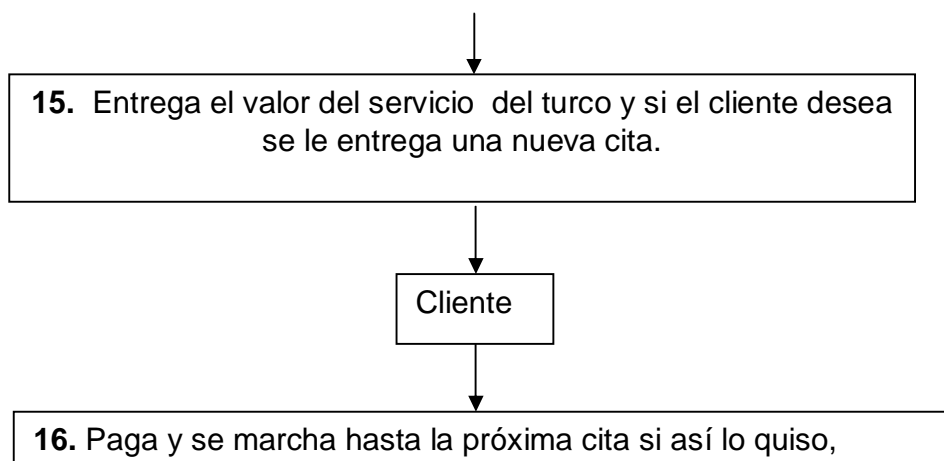
Este cancela la factura, agradece y se marcha hasta su próxima

flujo grama del turco









Características del proceso

1. Compra de servicio del turco.

El cliente entra al Spa y pide un servicio de turco. Aquí es donde el cliente pide el servicio del cual él cree que necesita para satisfacer la necesidad que se le presenta en ese momento.

2. Requisitos

La secretaria menciona al cliente los requisitos para realizarse el masaje los cuales son:

estar entre los 15 y 54 años

que no sufran de deficiencias cardiacas (hipertensos, con marcapasos y diabéticos)

en mujeres que no estén en embarazo y no tengan el dispositivo

3. Análisis del cliente.

Después el cliente de escuchar esto, se da cuenta si es acto para adquirir el servicio y si no lo es aquí termina este proceso.

4. Atención al cliente.

La secretaria llama a la auxiliar de la masajista para que atienda al cliente.

5. El cliente entra a la habitación

La auxiliar de la masajista saluda al cliente y lo conduce a la habitación donde lo atenderá en privado.

6. Elaboración de la ficha térmica.

Ficha térmica	Datos
Nombre y apellido	
Teléfono	
Dirección	
Fecha de cumpleaños	
Fecha de consulta	
Fuma	
Estreñimiento	
Elimina toxinas	
Consume:	
Café	
Alcohol	
Medicamentos	
Enfermedades sufridas	
Se ha realizado algún tratamiento estetico	
Firma cliente	
Firma masajista	
Descripción y valor completo de los servicios adquiridos	

7. Organización del cliente

La auxiliar de la masajista entrega al cliente una toalla para que se desvista y se coloque la toalla para llevarlo a la zona del turco.

8. conducen al cliente a la zona del turco.

La auxiliar de la masajista lleva al cliente a la zona del jacuzzi donde lo deja allí durante 1 hora.

9. Obtención del servicio.

El cliente se relaja allí durante una hora.

10. Entrega de ficha térmica.

Mientras el tiempo transcurre la auxiliar lleva la ficha térmica ya elaborada a la secretaria.

11. Registro del servicio.

La secretaria ya con la ficha elaborada registra en la base de datos y emite factura.

12. Terminación del servicio.

Cuando transcurre la hora la auxiliar de la masajista se dirige a la zona del turco para sacar el cliente de allí y llevarlo a la habitación.

13. Organización del cliente.

La auxiliar conduce al cliente a la habitación para que se bista.

14. Recepción

El cliente es llevado a la recepción por la auxiliar de la masajista para que allí cancele los servicios adquiridos

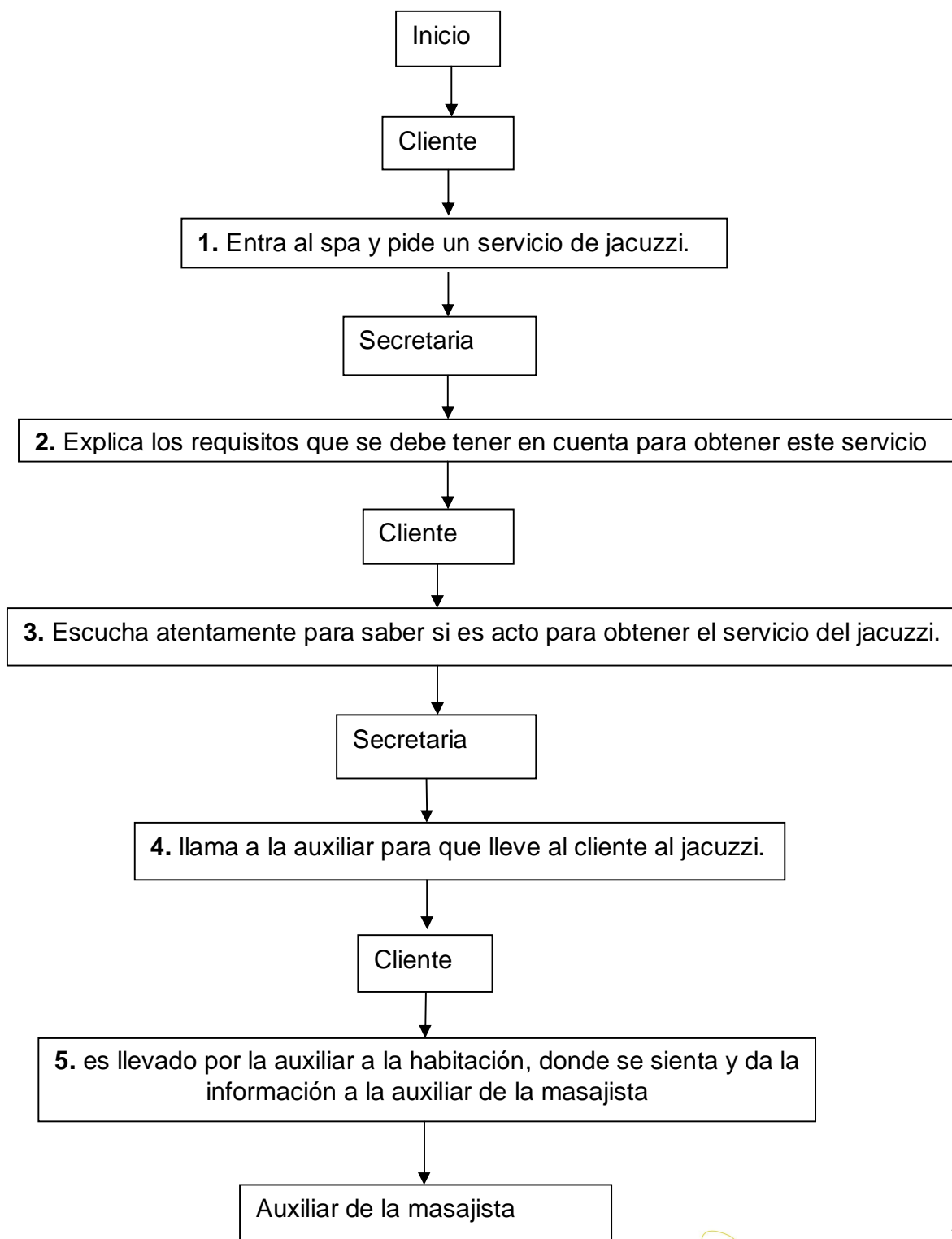
15. La secretaria entrega factura al cliente

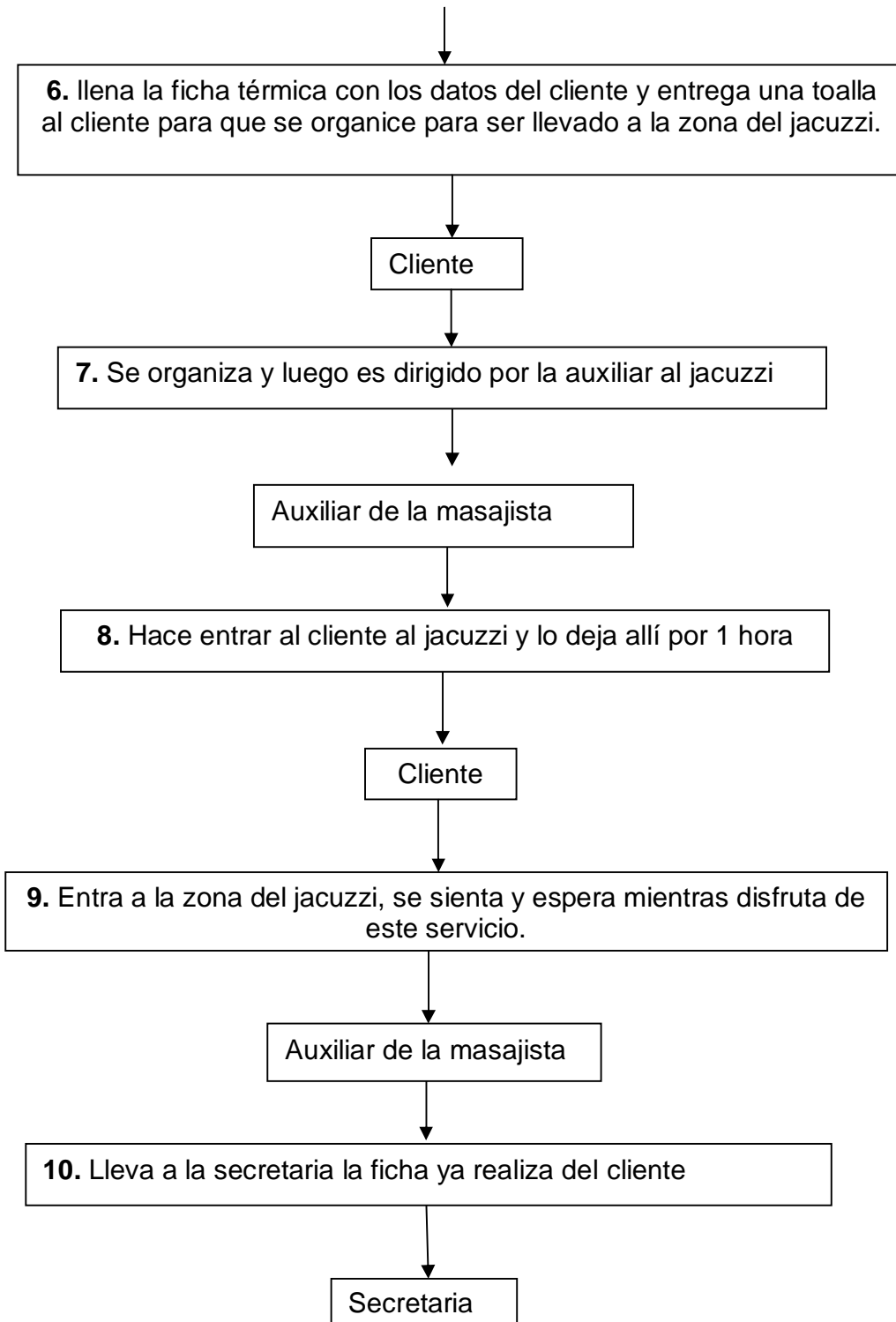
Ya realizada esta factura por la secretaria se la entrega al cliente y próxima cita si el usuario lo desea.

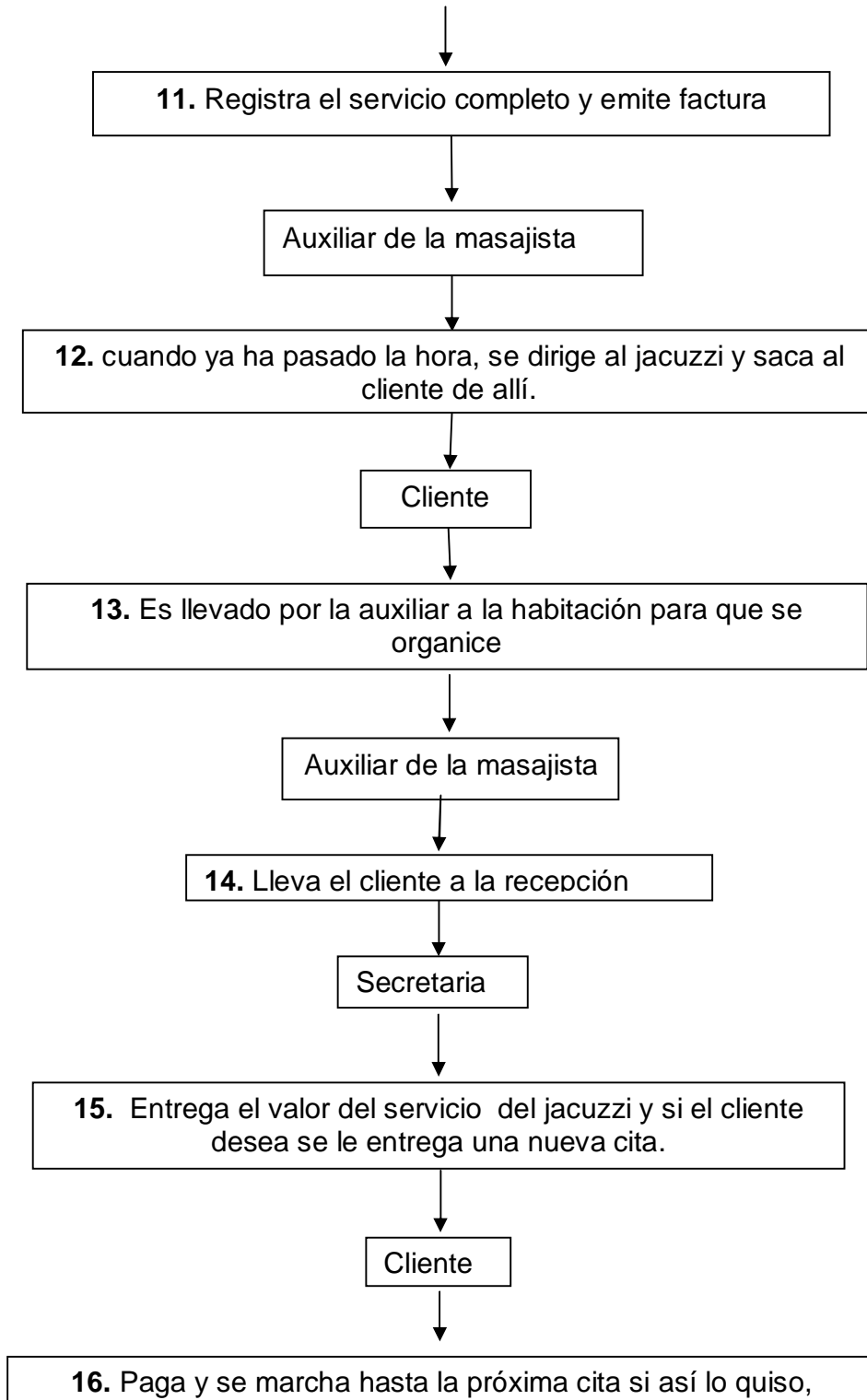
16. Cliente

Este cancela la factura, agradece y se marcha hasta su próxima

FLUJO GRAMA DEL JACUZZI







Características del proceso

1. Compra de servicio del jacuzzi.

El cliente entra al Spa y pide un servicio de turco. Aquí es donde el cliente pide el servicio del cual él cree que necesita para satisfacer la necesidad que se le presenta en ese momento.

2. Requisitos

La secretaria menciona al cliente los requisitos para realizarse el masaje los cuales son:

estar entre los 15 y 54 años

que no sufran de deficiencias cardiacas (hipertensos, con marcapasos y diabéticos)

en mujeres que no estén en embarazo y no tengan el dispositivo

3. Análisis del cliente.

Después el cliente de escuchar esto, se da cuenta si es acto para adquirir El servicio y si no lo es aquí termina este proceso.

4. Atención al cliente.

La secretaria llama a la auxiliar de la masajista para que atienda al cliente.

5. El cliente entra a la habitación

La auxiliar de la masajista saluda al cliente y lo conduce a la habitación donde lo atenderá en privado.

6. Elabor

Ficha térmica	Datos
Nombre y apellido	
Teléfono	
Dirección	
Fecha de cumpleaños	
Fecha de consulta	
Fuma	
Estreñimiento	
Elimina toxinas	

Consume:	
Café	
Alcohol	
Medicamentos	
Enfermedades sufridas	
Se ha realizado algún tratamiento estetico	
Firma cliente	
Firma masajista	
Descripción y valor completo de los servicios adquiridos	

7. Organización del cliente.

La auxiliar de la masajista entrega al cliente una toalla para que se desvista y se coloque la toalla para llevarlo a la zona del jacuzzi.

8. conducen al cliente a la zona del turco.

La auxiliar de la masajista lleva al cliente a la zona del jacuzzi donde lo deja allí durante 1 hora.

9. Obtención del servicio.

El cliente se relaja allí durante una hora.

10. Entrega de ficha térmica.

Mientras el tiempo transcurre la auxiliar lleva la ficha térmica ya elaborada a la secretaria.

11. Registro del servicio.

La secretaria ya con la ficha elaborada registra en la base de datos y emite factura.

12. Terminación del servicio.

Cuando transcurre la hora la auxiliar de la masajista se dirige a la zona del jacuzzi para sacar el cliente de allí y llevarlo a la habitación.

13. Organización del cliente.

La auxiliar conduce al cliente a la habitación para que se vista.

14. Recepción

El cliente es llevado a la recepción por la auxiliar de la masajista para que allí cancele los servicios adquiridos

15. La secretaria entrega factura al cliente

Ya realizada esta factura por la secretaria se la entrega al cliente y próxima cita si el usuario lo desea.

16. Cliente

Este cancela la factura, agradece y se marcha hasta su próxima cita si el cliente así lo desea.

5.3 Capacidad de producción

- c p/n instalada 56 personas
- c p/n utilizada 22 personas
- c p/n ociosa 34 personas

en el SPA PRIMAVERA se pueden atender a 7 personas al mismo tiempo en una hora y como se va a trabajar 8 horas en el día serán 56 personas que se atenderán

$7 * 1/\text{hora} * 8 = 56$ personas por día

$56 * 40\% = 22$ personas por día

$56 - 22 = 34$ personas por día.

5.4 Plan de Producción

Servicio	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	Total
Relajación	120	120	120	120	240	120	120	120	120	120	120	240	1.680
Precio	30.000												
Reducción	60	60	60	60	120	60	60	60	60	60	60	120	840
Precio	20.000												
Celulitis	60	60	60	60	120	60	60	60	60	60	60	120	840
Precio	20.000												
Facial	60	60	60	60	120	60	60	60	60	60	60	120	840
Precio	25.000												
Turco	270	270	270	270	360	270	270	270	270	270	270	360	3.420
Precio	12.000												
Jacuzzi	60	60	60	60	120	60	60	60	60	60	60	120	840
Precio	20.000												

Servicio	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Relajación	1.680	1.747	1.817	1.890	1.965
Precio	30.000	31.500	33.075	34.729	36.465
celulitis	840	874	909	945	983
Precio	20.000	21.000	22.050	23.123	24.310
Reducción	840	874	909	945	983
Precio	20.000	21.000	22.050	23.123	24.310
Facial	840	874	909	945	983
Precio	25.000	26.250	27.563	28.941	30.388
Turco	3.420	3.547	3.699	3.847	4.001
Precio	12.000	12.600	13.320	13.892	14.586
Jacuzzi	840	874	909	945	983
Precio	20.000	21.000	22.050	23.123	24.310

5.5 Recursos materiales y humanos para la producción

5.5.1 Locaciones

El local donde va a estar ubicado el SPA PRIMAVERA será arrendado el cual tiene un valor de \$500.000.

Medidas del local son:

10 mts de ancho

18 mts de largo

= 180 mts cuadrados

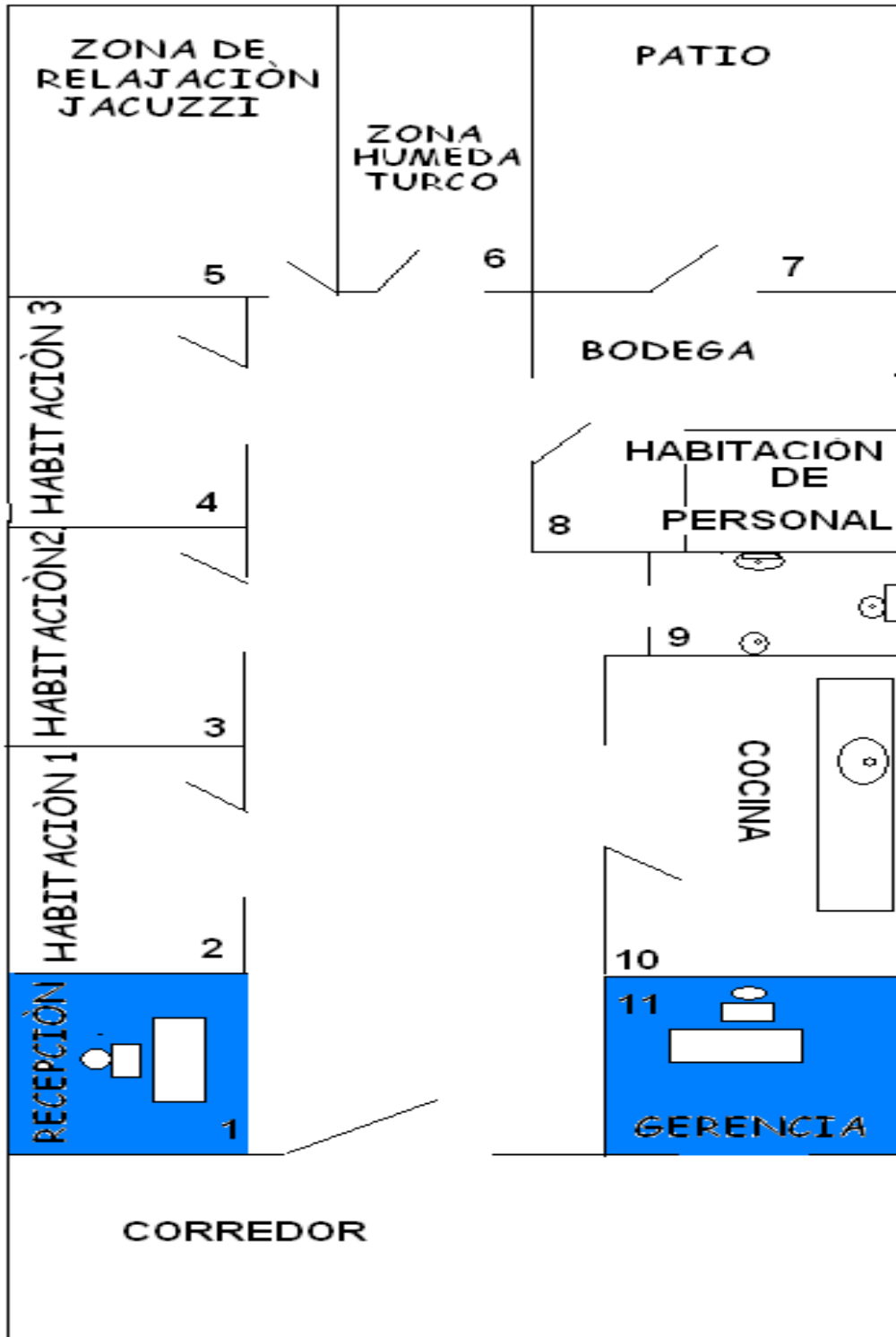
Las adecuaciones tienen un valor de 20.000.000

Las cuales son:

- Construcción de tres habitaciones con la instalación de energía.
- división de una habitación.
- Adecuaciones donde estará el turco y el jacuzzi. (embaldosar)
- Sellamiento y apertura de dos p/ueras.

Diseño del plano





Descripción del plano.

2. Habitación 1

En esta se realizara el servicio de masaje de relajación, esta estará adecuada de la siguiente manera:

- Medidas: 10.50 MT2
- Escritorio
- 2 Silla
- Closet de madera
- Ventilador
- Mesa de madera de 2 entrepaños donde irán los insumos que se necesitan para la realización del masaje e implementos de la masajista.
- Camilla
- Mini componente para colocar música de relajación.

3. Habitación 2.

En esta se realizara los servicios de masajes de reducción y celulitis, esta estará adecuada de la siguiente manera:

- Medidas: 10.50 MT2
- Escritorio
- 2 Silla
- Closet de madera
- ventilador
- Mesa de madera de 2 entrepaños donde irán los insumos que se necesitan para la realización del masaje e implementos de la masajista.
- Camilla
- Maquinaria y equipo (faja térmica, vacunterapia y gimnasia pasiva)

4. Habitación 3

En esta se realizara el servicio de masaje facial , esta estará adecuada de la siguiente manera:

- Medidas: 10.50 MT2
- Escritorio

- 2 sillas
 - Ventilador
 - Closet de madera
 - Mesa de madera de 2 entrepaños donde irán los insumos que se necesitan para la realización del masaje e implementos de la masajista.
 - Camilla
 - Maquinaria y equipo (lupa, vaporozono. alta frecuencia y ultra sonido.
6. Zona de relajación
- Medidas: 14 MT2
 - Jacuzzi.
7. Zona humedad
- Medidas: 10 MT2
 - Turco.
8. Patio
- Medidas: 16 MT2
 - Allí estarán todos los implementos de aseo
 - Se lavaran las sábanas, fundas de almohada y toallas.
9. Bodega y habitación del personal.
- Allí estarán los insumos que se requieren para prestar todos los servicios del SPA PRIMAVERA y también estarán los uniformes y cosas personales del personal ya que esta habitación cuenta con un baño.
 - Medidas: 18 MT2
10. Baño.
- Medidas: 4 MT2
11. Cocina
- Medidas: 12 MT2
12. Zona de Circulación.
- Medidas: 74.5 MT2

El total del área de la producción es de 138 metros cuadrados.

5.5.2 Requerimientos de maquinaria, equipos, muebles y enseres.

Maquinaria y equipo

cantidad	maquinaria	proveedor	precio
3	Camilla Es de 0.55 cm. en madera, espuma cuero y la marca es evident.	G.B.Q tecnología en estética y cosmetología ubicada por la bomba de almendros en la av. 33 No 78-14. Medellín.	120.000 cada una 630.000
1	Camilla portátil Es de 0.55 cm., en aluminio, espuma y marca evident.	G.B.Q tecnología en estética y cosmetología ubicada por la bomba de almendros en la av. 33 No 78-14. Medellín.	380.000
1	Faja térmica Es de lona y marca evident.	G.B.Q tecnología en estética y cosmetología ubicada por la bomba de almendros en la av. 33 No 78-14. Medellín.	290.000
1	Vacunterapia Es de pasta, plástico, de 8 electrodos y su marca es vacusoni.	G.B.Q tecnología en estética y cosmetología ubicada por la bomba de almendros en la av. 33 No 78-14. Medellín.	2.100.000
1	Gimnasia pasiva Es de pasta, plástico, de 8 electrodos y su marca es vacusoni.	G.B.Q tecnología en estética y cosmetología ubicada por la bomba de almendros en la av. 33 No 78-14. Medellín.	850.000
1	Lupa con base Es de pasta y de plástico y su marca es perfecty beauty	G.B.Q tecnología en estética y cosmetología ubicada por la bomba de almendros en la av. 33 No 78-14. Medellín.	270.000
1	Ultrasonido portátil	G.B.Q tecnología en	300.000

	es de pasta y de plástico y su marca es perfecty beauty	estética y cosmetología ubicada por la bomba de almendros en la av. 33 No 78-14. Medellín.	
1	alta frecuencia portátil es de pasta y de plástico y su marca es perfecty beauty	G.B.Q tecnología en estética y cosmetología ubicada por la bomba de almendros en la av. 33 No 78-14. Medellín.	450.000
1	Vaporozono portátil es de pasta y de plástico y su marca es perfecty beauty	G.B.Q tecnología en estética y cosmetología ubicada por la bomba de almendros en la av. 33 No 78-14. Medellín.	750.000
1	Turco Mueble en lámina pintado al horno, electro válvula solenode para encendido automático, válvula para drenaje, lámpara a prueba de vapor, puerta baño turco en aluminio templado.	Hidro abastos carrera 78 No 45 G 43 Telefax: 413 09 73 Celular: 311 333 60 91	2.800.000
1	Jacuzzi 8 hidrojets. 1 succión, 1 control, 1 pulsador, 1 motobomba de 2.5 HP, 1 mantenedor 5.5 Kw., desagüe, autoportante, manguera flexible.	Hidro abastos carrera 78 No 45 G 43 Medellín Telefax: 413 09 73 Celular: 311 333 60 91	10.500.000

cantidad	Muebles y enseres y eq. Oficina	Proveedores	Precio
3	Escritorios tubulares	Variedades Robinsón calle 9 No 10-101 Santa fe de Ant.	450.000
10	Sillas tubulares	Variedades Robinsón calle 9 No 10-101 Santa fe de Ant.	150.000
3	Mesas de 2 entrepaños		480.000
3	Closet de madera	Variedades Robinsón calle 9 No 10-101 Santa fe de Ant.	600.000
4	Relojes	Variedades Robinsón calle 9 No 10-101 Santa fe de Ant.	45.000
4	Ventiladores	Variedades Robinsón calle 9 No 10-101 Santa fe de Ant.	160.000
1	Dispensador de agua marca indufrial	Luma parque principal carrera 10 No 9-63 Santa fe de Ant.	300.000
1	Nevera Marca haced	Luma parque principal carrera 10 No 9-63 Santa fe de Ant	300.000
	Decoración	Variedades Robinsón calle 9 No 10-101 Santa fe de Ant	150.000
1	Teléfono Marca fantel	Variedades Robinsón calle 9 No 10-101 Santa fe de Ant	40.000
1	Fax Marca fantel	Variedades Robinsón calle 9 No 10-101 Santa	100.000

		fe de Ant	
1	Plasma de 19 pulgadas Marca LG	Luma parque principal carrera 10 No 9-63 Santa fe de Ant	850.000
1	Mini componente Marca sony	Luma parque principal carrera 10 No 9-63 Santa fe de Ant	200.000
1	Cámara digital Marca sony	Luma parque principal carrera 10 No 9-63 Santa fe de Ant	250.000
1	Dvd Marca sony	Luma parque principal carrera 10 No 9-63 Santa fe de Ant	200.000

5.5.3 Requerimientos de materiales e insumos.

Insumos	Cantidad	Proveedor	Precio
Aceite de naranja	2.000 ml	G.B.Q tecnología en estética y cosmetología ubicada por la bomba de almendros en la av. 33 No 78	64.750
Aceite de canela	2.000 ml	G.B.Q tecnología en estética y cosmetología ubicada por la bomba de almendros en la av. 33 No 78	64.750
Aceite de rosa	1.000 ml	G.B.Q tecnología en estética y cosmetología ubicada por la bomba de almendros en la av.	28.500

		33 No 78	
Aceite relajante	1.000 ml	G.B.Q tecnología en estética y cosmetología ubicada por la bomba de almendros en la av. 33 No 78	28.500
Aceite de romero	1.000 ml	G.B.Q tecnología en estética y cosmetología ubicada por la bomba de almendros en la av. 33 No 78	28.500
Aceite de algas marinas	1.000 ml	G.B.Q tecnología en estética y cosmetología ubicada por la bomba de almendros en la av. 33 No 78	28.500
Aceite de parafina	1.000 ml	G.B.Q tecnología en estética y cosmetología ubicada por la bomba de almendros en la av. 33 No 78	28.500
Gel refrescante de aloe vera	500 grm	G.B.Q tecnología en estética y cosmetología ubicada por la bomba de almendros en la av. 33 No 78	37.800
Gel exfoliante facial	300 grm	G.B.Q tecnología en estética y cosmetología ubicada por la bomba de almendros en la av.	23.200

		33 No 78	
Gel caliente de cafeína	600 grm	G.B.Q tecnología en estética y cosmetología ubicada por la bomba de almendros en la av. 33 No 78	16.500
Leche limpiadora	500 grm	G.B.Q tecnología en estética y cosmetología ubicada por la bomba de almendros en la av. 33 No 78	45.700
Mascarilla de barro	300 grm	G.B.Q tecnología en estética y cosmetología ubicada por la bomba de almendros en la av. 33 No 78	29.950
Mascarilla de oxígeno	230 grm	G.B.Q tecnología en estética y cosmetología ubicada por la bomba de almendros en la av. 33 No 78	25.600
Mascarilla de papaína	230 grm	G.B.Q tecnología en estética y cosmetología ubicada por la bomba de almendros en la av. 33 No 78	22.000
Aminoácido de colágeno	60 ml	G.B.Q tecnología en estética y cosmetología ubicada por la bomba de almendros en la av.	31.000

		33 No 78	
Gránulos de avena	180 ml	G.B.Q tecnología en estética y cosmetología ubicada por la bomba de almendros en la av. 33 No 78	15.000
Jabón de avena liquido	1000 ml	G.B.Q tecnología en estética y cosmetología ubicada por la bomba de almendros en la av. 33 No 78	8.500
Firm body anticelulítico	600 grm	G.B.Q tecnología en estética y cosmetología ubicada por la bomba de almendros en la av. 33 No 78	30.600
Loción corporal anticelulítico	500 ml	G.B.Q tecnología en estética y cosmetología ubicada por la bomba de almendros en la av. 33 No 78	22.500
papel osmótico	10 mts	G.B.Q tecnología en estética y cosmetología ubicada por la bomba de almendros en la av. 33 No 78	2.500
vendas de algodón	10 mts	G.B.Q tecnología en estética y cosmetología ubicada por la bomba de almendros en la av.	3.000

		33 No 78	
Bonfar jabón antibacterial	300 grm	G.B.Q tecnología en estética y cosmetología ubicada por la bomba de almendros en la av. 33 No 78	64.750
Eucidad desinfectante	600 grm	G.B.Q tecnología en estética y cosmetología ubicada por la bomba de almendros en la av. 33 No 78	64.750
Farben gel antibacterial de manos	500 grm	G.B.Q tecnología en estética y cosmetología ubicada por la bomba de almendros en la av. 33 No 78	28.500
Kit de bioseguridad	1	G.B.Q tecnología en estética y cosmetología ubicada por la bomba de almendros en la av. 33 No 78	34.000
Reciente de esterilización		G.B.Q tecnología en estética y cosmetología ubicada por la bomba de almendros en la av. 33 No 78	3.900

5.5.4 Requerimientos de servicios.

Nombre	Precio	Proveedor
Mantenimiento de maquinaria y equipo.	250.000	G.B.Q tecnología en estética y cosmetología ubicada por la bomba de almendros en la av. 33 No 78 y hidro abasto

5.5.5 Requerimientos de personal.

2	Masajista	600.000	1.908.000	22.896.000
2	Aux. Masajista	500.000	1.590.000	19.080.000
1	Aux servicios generales	400.000	636.000	7.632.000
			4.134.000	53.742.000

5.6 Programa de producción

Nombre del cargo Masajista	Cantidad de personas en el cargo: 3	Reporta a: gerente
Funciones específicas		
<ul style="list-style-type: none"> Realizar un excelente servicio en el masaje Atender bien a los clientes Satisfacer sus necesidades 		
Formación		
<ul style="list-style-type: none"> Especialista en masoterapias Especialista en estética y belleza 		

Experiencia 2 años		
Nombre del cargo Auxiliar de la masajista	Cantidad de personas en el cargo: 2	Reporta a: masajista
Funciones específicas		
<ul style="list-style-type: none"> • Estar pendiente de que la maquinaria funcione bien • Hacer buen uso de la maquinaria • Estar pendiente de las necesidades de la masajista • Ser amable con los clientes 		
Formación		
<ul style="list-style-type: none"> • Técnicas en masoterapias 		
Experiencia		
<ul style="list-style-type: none"> • 1 año 		
Nombre del cargo Auxiliar de servicios generales	Cantidad de personas en el cargo: 1	Reporta a: gerente
Funciones específicas		
<ul style="list-style-type: none"> • Mantener bien aseado el spa • Atender bien a los clientes y al personal • Estar pendiente de que todo esté limpio 		
Formación		
<ul style="list-style-type: none"> • Bachiller académico 		
Experiencia		
<ul style="list-style-type: none"> • 1 año 		

6. ASPECTOS ADMINISTRATIVOS

6.1 Procesos Administrativos

6.1.1 Descripción de los procesos administrativos

SELECCIÓN DE PERSONAL	Pruebas psicotécnicas, examen médico ocupacional
INDUCCION	Calidad en la gestión sobre todo el personal seleccionado
CONTRATACION	Termino fijo, renovable según su desempeño
DOTACION	Uniformes e implementos de masajes (personal que lo requiera)

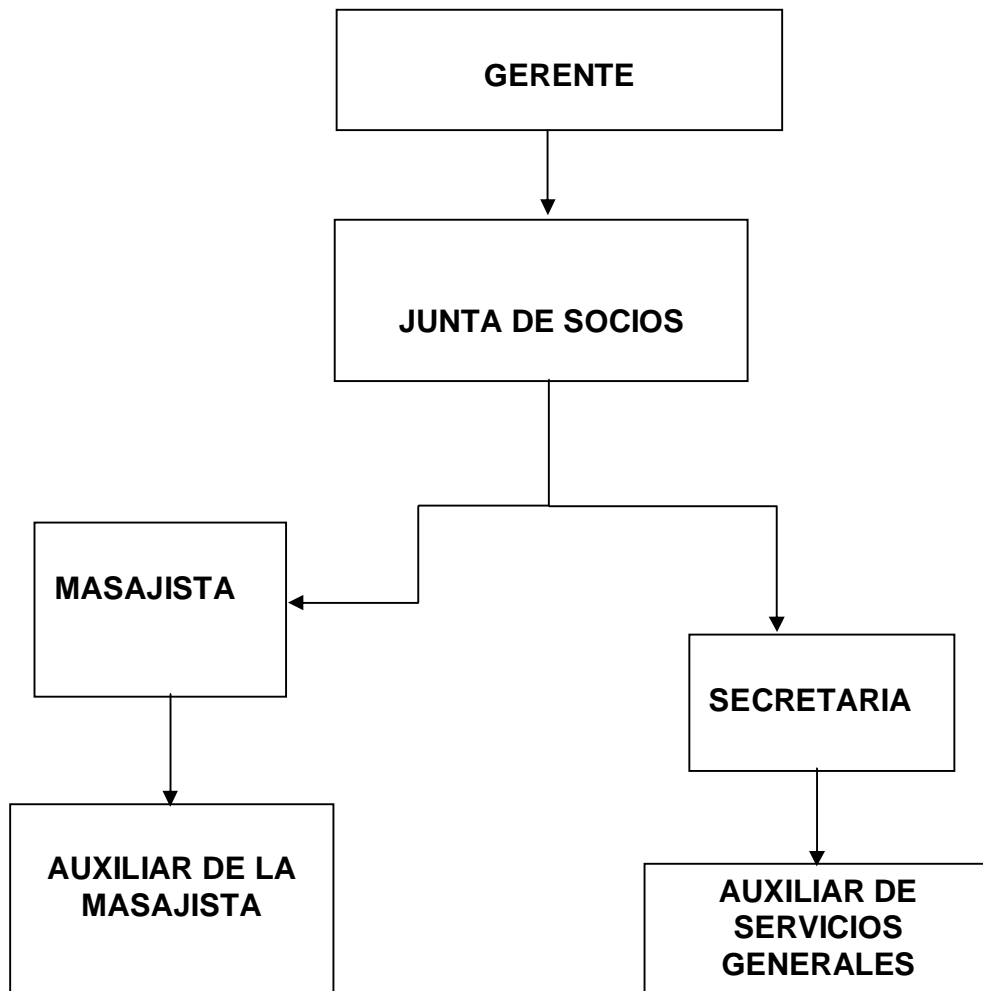
6.1.2 Procesos administrativos externalizados

No aplica a este proyecto

6.2 Estructura Organizacional del Negocio

6.2.1 Organigrama

Razón social: unipersonal



6.2.2 Descripción funcional de la Organización

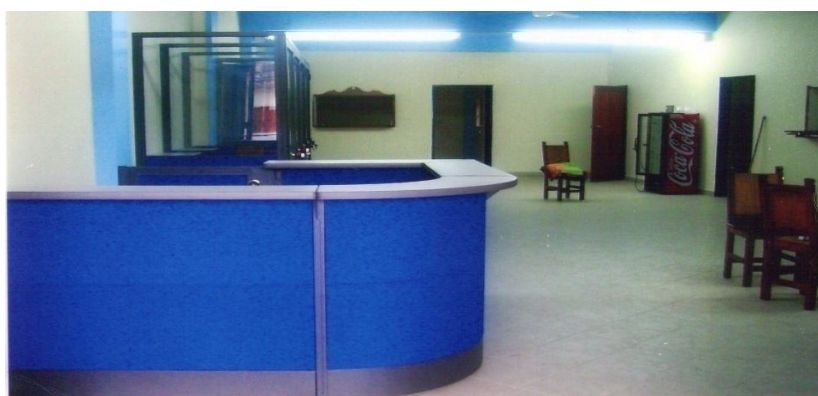
Nombre del cargo Gerente	Cantidad de personas en el cargo: 1	Reporta a : junta de socios
Funciones generales		
<ul style="list-style-type: none"> • Planeación, ejecución, evaluación y control 		
Funciones específicas		
<ul style="list-style-type: none"> • Cumplir con cada uno de los objetivos de la empresa • Colocar la empresa en una empresa competitiva en el mercado • Tomara decisiones estratégicas para crecer en futuro de la empresa • Que nuestra calidad y servicio marquen la diferencia 		
Formación		
<ul style="list-style-type: none"> • Licenciado en administración de empresa • Ingles 		
Experiencia		
<ul style="list-style-type: none"> • 3 años 		
Nombre del cargo Secretaria auxiliar contable	Cantidad de personas en el cargo: 1	Reporta a: gerente
Funciones específicas		
<ul style="list-style-type: none"> • Manejar una base de datos • Atender bien a los 		

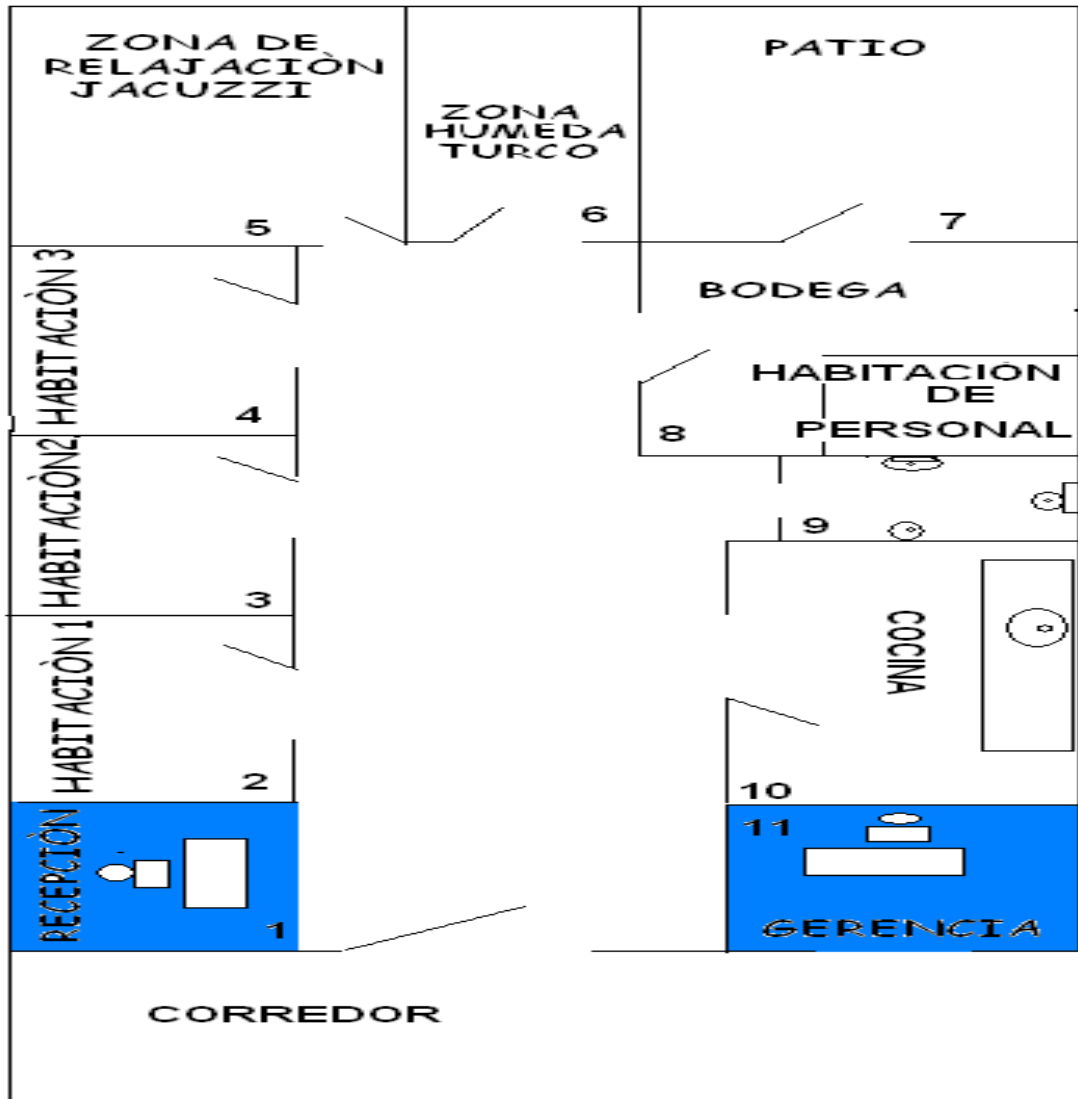
clientes <ul style="list-style-type: none"> Llevar la contabilidad de la empresa 		
Formación		
<ul style="list-style-type: none"> Profesional en secretariado general y contaduría 		
Experiencia		
<ul style="list-style-type: none"> 2 años 		
Nombre del cargo Masajista	Cantidad de personas en el cargo: 3	Reporta a: gerente
Funciones específicas		
<ul style="list-style-type: none"> Realizar un excelente servicio en el masaje Atender bien a los clientes Satisfacer sus necesidades 		
Formación		
<ul style="list-style-type: none"> Especialista en masoterapias Especialista en estética y belleza 		
Experiencia 2 años		
Nombre del cargo Auxiliar de la masajista	Cantidad de personas en el cargo: 2	Reporta a: masajista
Funciones específicas		
<ul style="list-style-type: none"> Estar pendiente de que la maquinaria funcione bien Hacer buen uso de la maquinaria Estar pendiente de las necesidades de la masajista Ser amable con los 		

clientes		
Formación		
<ul style="list-style-type: none"> Técnicas en masoterapias 		
Experiencia		
<ul style="list-style-type: none"> 1 año 		
Nombre del cargo	Cantidad de personas en el cargo:	Reporta a:
Auxiliar de servicios generales	1	gerente
Funciones específicas		
<ul style="list-style-type: none"> Mantener bien aseado el spa Atender bien a los clientes y al personal Estar pendiente de que todo esté limpio 		
Formación		
<ul style="list-style-type: none"> Bachiller académico 		
Experiencia		
<ul style="list-style-type: none"> 1 año 		

6.3 Recursos materiales y humanos para la administración

6.3.1 Locaciones





1. Recepción.

- Medidas 10.50 MT2

11. Oficina del Gerente.

- Medidas 10.50 MT2

El tamaño total de área de la administración es de 21 metros cuadrados.

6.3.2 Requerimientos de equipos, software, muebles y enseres.

Cantidad	Nombre	proveedor	precio
1	Escritorio tubular	Variedades Robinsón calle 9 No 10-101 Santa fe de Ant.	150.000
2	Sillas tubulares	Variedades Robinsón calle 9 No 10-101 Santa fe de Ant.	30.000
1	Portátil	Luma parque principal carrera 10 No 9-63.	910.000
1	Software Oficce y facturacion	Sistemas smac Calle 9 No 9-121	300.000

6.3.3 Requerimientos de materiales de oficina.

Nombre	Proveedor	Precio
Kit de oficina	Variedades Robinsón calle 9 No 10-101 Santa fe de Ant.	60.000

6.3.4 Requerimientos de servicios.

- Honorarios mensuales de un contador con un valor de 70.000
- Mantenimiento de maquinaria y equipo con un valor mensual de 300.000

6.3.5 Requerimientos de personal

Cantidad	Cargo	Salario básico	Salario de prestación por mes	v/r total salario año
1	Secretaria	500.000	795.000	9.540.000
1	Gerente	500.000	795.000	9.540.000

6.4 Programa de administración

ACTIVIDADES	OBJETIVO
PRE-operativas: Previas al montaje	Permite la creación formal de la empresa, como requisito para emprender el trabajo de implementar la idea del SPA en el municipio.
Recursos financieros	Búsqueda de recursos que permitan obtener el capital inicial para poner en marcha el SPA en el municipio de Santa fe de Antioquia.
PRE-operativas montaje	Permite adecuar los recursos elementales para la operación de la empresa.
Recursos físicos	Adecuaciones físicas (operativa y administrativa)
Contratación de personal	Vinculación de personal administrativo
Operativas	Soportan y muestran la visión del Spa PRIMAVERA.
Gestión de calidad	Operaciones de la empresa
Gestión de sistemas	Creación de pagina Web
Gestión de proveedores	Contacto con proveedores de insumos.
Gestión de competencias	Se capacita al personal para que la empresa sea más competitiva en el mercado.

7. ASPECTOS LEGALES

7.1 Tipo de Organización empresarial

El SPA PRIMAVERA será unipersonal

Diminuta.

Constitución de una Empresa Unipersonal

En la ciudad de _____ Departamento _____ República de Colombia, a los _____ () días del mes de _____ del año _____ (), compareció el (la) señor (a) _____ colombiano (a) de nacimiento, mayor de edad, de estado civil _____, vecino (a) de _____, identificado (a) con la cédula de ciudadanía No. _____ expedida en _____ quien expresó ser persona hábil para contratar y obligarse, en quien no incurre ninguna causal de impedimento de naturaleza civil o comercial. De igual forma manifestó que obrando en nombre propio por conducto del presente documento, con base en lo dispuesto por el artículo 71 de la Ley 222 de 1995, procede a constituir una Empresa Unipersonal que se registrará por las siguientes cláusulas:

CAPITULO I.

SOCIOS. DENOMINACIÓN SOCIAL. NATURALEZA, DOMICILIO, DURACIÓN, OBJETO SOCIAL Y APORTES.

ARTÍCULO 1. Propietario. El (la) único (a) propietario (a) de esta empresa es el (la) señor (a) _____, en su condición de persona natural, cuya dirección de residencia es _____.

ARTÍCULO 2. Denominación social. La empresa unipersonal que hoy se constituye tendrá como denominación social _____ y utilizará como sigla _____.

ARTÍCULO 3. Naturaleza. La empresa se organiza bajo la forma de empresa unipersonal, de naturaleza comercial.

ARTÍCULO 4. Domicilio. El domicilio principal de la empresa unipersonal será la ciudad de _____ lo cual no obsta para que obren establecimientos de comercio en sedes diferentes a la principal.

ARTÍCULO 5. Duración. La empresa unipersonal tendrá un término de duración de _____ () años contados a partir de la fecha de este instrumento, sin perjuicio de que se pueda disolver con anticipación según lo previsto en los presentes

estatutos y en la Ley.

ARTÍCULO 6. Objeto social. La empresa unipersonal tiene por objeto las siguientes actividades:

a) _____

b) _____

c) _____

PARÁGRAFO. Prohibiciones. La empresa unipersonal no podrá garantizar con su firma ni con sus bienes, las obligaciones de terceros.

CAPITULO

II.

Capital.

ARTÍCULO 7. Capital. El capital de la empresa unipersonal será la suma de _____ (\$), divididos en _____ cuotas de un valor nominal de _____ (\$) cada una. A la fecha del presente documento el constituyente de la empresa unipersonal ha pagado íntegramente el _____ () del capital, mediante aporte en dinero hecho personalmente. El capital no se constituye mediante el aporte de bienes inmuebles o bienes muebles, distintos del dinero.

ARTÍCULO 8. Aumento del capital. El (la) titular de la empresa unipersonal podrá decretar aumento del capital, mediante el aumento de los aportes de capital y mediante la capitalización de los fondos especiales de reserva, que permitan ser capitalizados por la ley. Ello se cumplirá por conducto de documento privado que se inscribirá en el registro mercantil de la Cámara de Comercio y que implicará una reforma al presente estatuto.

ARTÍCULO 9. Libro de registro de cuotas. En la secretaria de la empresa unipersonal se llevará un libro especial denominado "libro de registro de cuotas", en el cual se inscribirán las cuotas con los nombres de quienes sean sus propietarios y con indicación de la cantidad que le corresponda al titular. En el mismo libro se anotará la enajenación y traspaso de cuotas; los embargos y demandas judiciales que se relacionen con ellas; las prendas y demás gravámenes o limitaciones del dominio y las demás constancias relativas a su titularidad.

ARTÍCULO 10. De la prenda y el usufructo de las cuotas. La prenda y el usufructo de las cuotas no conferirán al acreedor prendario ni al usufructuario los derechos inherentes a la calidad del empresario.

CAPITULO III.

Responsabilidad por los Negocios de la Empresa.

ARTÍCULO 11. Responsabilidad del empresario. El (la) titular de la empresa unipersonal, responderá por los negocios que la empresa celebre, hasta el monto total del patrimonio de la misma empresa.

CAPITULO IV.

Cesión de Cuotas.

ARTÍCULO 12. Traspaso de cuotas. El (la) empresario (a) podrá ceder parcial o totalmente las cuotas que posea en la empresa unipersonal a otras personas naturales o jurídicas, por conducto de contrato a título gratuito o a título oneroso o por cesión de derechos que constará en un documento escrito que se inscribirá en el registro mercantil de la Cámara de Comercio. En la cesión intervendrán el (la) empresario (a) cedente y el cesionario, directamente o por conducto de sus representantes o apoderados. La cesión producirá efectos a partir del momento de la inscripción en el registro mercantil.

ARTÍCULO 13. Cesión parcial de cuotas y conversión de la empresa unipersonal. Cuando la cesión de cuotas sociales sea parcial, lo que implica que dos o más personas tengan la condición de propietarios de cuotas sociales de la misma empresa unipersonal o cuando por cualquier otro acto o negocio jurídico las cuotas llegaren a pertenecer a dos o más personas, deberá convertirse en sociedad comercial dentro de los seis (6) meses siguientes a la inscripción en el registro mercantil de cualquiera de los actos que den lugar a la existencia de una pluralidad de socios. En este evento se elaborarán los estatutos sociales de acuerdo con la forma de sociedad adoptada. El contrato social se elevará a escritura pública que otorgarán todos los socios y se inscribirá en el registro mercantil. La nueva sociedad asumirá, sin solución de continuidad, los derechos y obligaciones de la empresa unipersonal, transcurrido dicho lapso sin que se cumplan las formalidades aludidas, la empresa unipersonal quedará disuelta de pleno derecho y deberá liquidarse.

CAPITULO V.

Dirección y administración de la empresa.

ARTÍCULO 14. Órganos de dirección. La dirección y administración de la empresa unipersonal será ejercida por un solo órgano principal que es la gerencia de la

empresa.

ARTÍCULO 15. Acto de verificación. Cada año, el primer lunes del mes de _____ a partir de las (hora) en la sede social, acudirá a las oficinas de la empresa directamente o en reunión con sus asesores, si los tuviere, a efecto de elaborar un informe en el que conste:

- a) El examen de la situación de la empresa unipersonal;
- b) La fijación de las directrices especiales de la empresa;
- c) La consideración de las cuentas y el balance del último ejercicio, junto con el estado de ganancias y pérdidas y
- d) El informe de gestión de que trata la cláusula 21 de este instrumento.

ARTÍCULO 16. Decisiones de la empresa unipersonal. Todas las decisiones serán adoptadas por el (la) empresario (a) en su condición de gerente.

ARTÍCULO 17. De la gerencia. El manejo general de la empresa unipersonal estará a cargo de un (a) gerente que será el titular de la misma empresa y que durará en sus funciones mientras exista la empresa. El (la) gerente tiene la facultad de administrar y de representar la empresa unipersonal, para lo cual hará uso de la denominación social, sin ninguna limitación. El (la) gerente tendrá un suplente que o reemplazará en sus faltas o ausencias temporales o definitivas, con las mismas facultades, obligaciones y responsabilidades.

ARTÍCULO 18. Funciones del gerente. Son funciones del gerente:

- a) Llevar la representación legal de la empresa;
- b) Formular las políticas generales de la empresa y los planes y programas que deben adelantarse o continuarse;
- c) Dirigir, coordinar y controlar la ejecución de los programas y las tareas de la empresa unipersonal;
- d) Determinar la estructura administrativa interna y elaborar el reglamento de trabajo, el manual de funciones y la escala de remuneración de los cargos;
- e) Nombrar, contratar, orientar y remover el personal de la empresa que este bajo su inmediata subordinación y dependencia;

- f) Disponer, cuando lo estime conveniente, la creación o formación de los cuerpos especiales que asesoren al gerente en asuntos determinados, investidos de las atribuciones precisas y fijar la remuneración que a sus integrantes les corresponda;
- g) Disponer de la apertura de sucursales o de agencias de la empresa unipersonal y determinar las facultades de sus mandatarios;
- h) Elaborar el presupuesto anual de la empresa;
- i) Proveer el oportuno recaudo de los ingresos, ordenar los gastos en general, dirigir las operaciones propias de la empresa unipersonal dentro de las disposiciones de los estatutos;
- j) Velar por la correcta aplicación de los fondos y el debido mantenimiento y utilización de los bienes de la empresa unipersonal;
- k) Celebrar con sujeción a las normas legales y estatutarias; todos aquellos actos o contratos tendientes al desarrollo del objeto social;
- l) Elaborar el informe anual resultante del acto de verificación,
- m) Elaborar las cuentas, el balance general y el inventario de cada ejercicio y disponer de las utilidades de la empresa unipersonal conforme a los presentes estatutos y a las leyes;
- n) Disponer qué reservas deben hacerse además de las legales; cambiar su destinación y distribuirlas;
- o) Constituir los apoderados especiales para que la empresa unipersonal adelante satisfactoriamente los trámites o procesos administrativos y judiciales en los cuales tuviere interés;
- p) Nombrar los árbitros que le corresponda;
- q) Solicitar la celebración de concordato preventivo de conformidad con las normas sobre la materia, que se admitida la empresa en el trámite de reestructuración empresarial;
- r) Autorizar la transformación o la fusión de la empresa con otra u otras;
- s) Resolver sobre la prórroga del término de duración de la empresa y sobre su disolución anticipada;

- t) Desempeñar todas las funciones necesarias para cumplir con los actos y operaciones mercantiles necesarias para su objeto social;
- u) Celebrar todos los actos y contratos comprendidos dentro del objeto social sin ninguna limitación cualitativa ni cuantitativa;
- v) Desempeñar las demás funciones que le señalen las leyes, los estatutos de la empresa y en general todas aquellas relacionadas con la organización y funcionamiento de la misma.

ARTÍCULO 19. Actuación del gerente. El (la) administrador (a) de la empresa unipersonal debe de obrar de buena fe, con la lealtad y con diligencia de un buen hombre de negocios. Sus actuaciones se cumplirán en interés de la empresa unipersonal. La responsabilidad del gerente, será la prevista en el régimen general de sociedades.

ARTÍCULO 20. Prohibiciones especiales. En ningún caso el (la) empresario (a) podrá directamente o por interpuesta persona, retirar para sí o para un tercero, cualquier clase de bienes pertenecientes a la empresa unipersonal, salvo que se trate de utilidades debidamente justificadas. El titular de la empresa no puede celebrar como persona natural contratos con la empresa unipersonal ni tampoco hacerlo entre si empresas unipersonales constituidas por el mismo.

CAPITULO VI.

Informes de los Administradores.

ARTÍCULO 21. Rendición de cuentas. El (la) gerente de la empresa unipersonal deberá confeccionar las memorias que contengan el informe de gestión y las cuentas comprobadas de su actuación, al final de cada ejercicio. Para tal efecto lo insertará en el acta resultante del acto de verificación consagrado en la cláusula quince del presente estatuto. El informe de gestión deberá contener una exposición fiel sobre la evolución de los negocios y la situación jurídica, económica y administrativa de la sociedad, y, además sobre:

- a) Los acontecimientos importantes acaecidos después del ejercicio;
- b) La evolución previsible de la empresa y
- c) Las operaciones celebradas con los socios y los administradores.

CAPITULO VII.

De los Estados Financieros de cada Ejercicio.

ARTÍCULO 22. Inventarios y balances generales. Cada año, el 31 de Diciembre, se cortarán las cuentas para preparar y difundir estados financieros de propósito general, debidamente certificados. Estos estados financieros son el inventario, el balance general y el estado de ganancias y pérdidas de los negocios sociales. Estos documentos deben ser elaborados de conformidad con la ley y con las normas contables y ser aprobados por el empresario en el acto de verificación. Los estados financieros estarán acompañados de sus respectivas notas, con las cuales conformarán un todo indivisible. El gerente y el contador público bajo cuya responsabilidad se hubiesen presentado dichos estados financieros, deberán certificarlos.

ARTÍCULO 23. Reserva legal. La empresa constituirá una reserva legal que ascenderá por lo menos al cincuenta por ciento (50%) del capital, formado con el diez por ciento (10%) de las utilidades líquidas de cada ejercicio fiscal. Cuando esta reserva llegue al cincuenta por ciento (50%) mencionado, la empresa no tendrá obligación de continuar llevando a esta cuenta el (10%) de las utilidades líquidas. Pero si disminuye, volverá apropiarse el mismo porcentaje de tales utilidades hasta cuando la reserva legal llegue nuevamente al límite fijado.

ARTÍCULO 24. Reservas ocasionales. La empresa podrá constituir reservas ocasionales, con destinación adoptadas por el (la) empresario (a) en el acto de verificación. Dichas reservas serán obligatorias para el ejercicio fiscal en el cual se hagan y sólo el empresario podrá cambiar su destinación o distribuirlas cuando resulten innecesarias, decisión que se deberá adoptar por conducto de una memoria escrita para el efecto.

ARTÍCULO 25. Reparto de utilidades. Las utilidades se repartirán a el (la) empresario (a), previa aprobación del acto de verificación, después de destinar el porcentaje prescrito para formar la reserva legal y hacer las apropiaciones para el pago de los impuestos. Las utilidades deberán estar justificadas por balances ciertos. El pago de dividendos se hará en dinero en efectivo, en las épocas que acuerde el empresario en el acto de verificación.

CAPITULO

VIII.

Disolución y Liquidación de la Empresa.

ARTÍCULO 26. Causales de disolución. La empresa se disolverá:

a) Por voluntad del empresario titular de la empresa;

- b) Por vencimiento del término previsto para su duración en estos estatutos, si antes no hubiere sido legalmente prorrogado;
- c) Por la muerte del constituyente o del empresario titular de la empresa;
- d) Por la imposibilidad de desarrollar la empresa social, por la terminación de la misma, o por extinción de la cosa o cosas cuya explotación constituye su objeto;
- e) Por el fracaso del concordato preventivo potestativo solicitado o convocado a la empresa o por el fracaso de la negociación de un acuerdo de reestructuración empresarial;
- f) Por decisión de la autoridad competente en los casos previstos en las leyes;
- g) Cuando ocurran pérdidas que reduzcan el patrimonio neto por debajo del cincuenta por ciento (50%) del capital

ARTÍCULO 27. Liquidación. Disuelta la empresa, se procederá de inmediato a su liquidación, con sujeción a las normas estatutarias; consecuentemente no podrá iniciar nuevas operaciones en desarrollo de su objeto y su capacidad jurídica se conservará únicamente para los actos tendientes a la inmediata liquidación.

ARTÍCULO 28. Liquidador. Será liquidador de la empresa unipersonal el (la) empresario (a) titular de la empresa, que para dichos efectos tendrá un suplente que será el suplente del gerente. En caso de muerte del constituyente o titular de la empresa unipersonal, será liquidador de la misma el suplente del gerente.

ARTÍCULO 29. Forma de hacer la liquidación. El liquidador dará aviso del estado de liquidación de la empresa mediante comunicación inserta en el periódico de circulación en la sede social, a efectos de dar publicidad al proceso. Previamente deberá elaborar los estados financieros de la empresa con un inventario detallado de los bienes. En el pasivo del balance se efectuará una relación de los créditos a cargo de la empresa, individualizando las obligaciones en cuanto a su beneficiario, su cuantía y exigibilidad. Las obligaciones a plazo, se harán exigibles. Las obligaciones condicionales y los pasivos contingentes, serán objeto de una reserva para su cancelación, y si no se vuelven exigibles, esta reserva se distribuirá al empresario titular de la empresa. El liquidador pagará los pasivos externos con los dineros y bienes de la empresa. Si no existiere liquidez para cancelar los pasivos externos, el liquidador procederá a enajenar primero los bienes muebles y seguidamente los bienes inmuebles, a efecto de pagar con el producto de su realización las deudas de la empresa. Las obligaciones de cancelarán teniendo en cuenta las normas sobre prelación de créditos y privilegios consagrados en los artículos 2493 y 2511 del Código Civil Colombiano. Pagados los pasivos se

determinará la masa social partible, que se distribuirá al empresario titular de la empresa. Verificada la liquidación se elaborará un acta especial y se efectuará un acto de verificación en que se aprueben las cuentas y el acta de liquidación. Aprobada la cuenta final de la liquidación, el liquidador la protocolizará en una notaría, la inscribirá en la Cámara de Comercio y entregará al titular de la empresa, los bienes que le correspondan.

ARTÍCULO 30. Nombramiento de administrador. Para el periodo que hoy empieza y sin límite de tiempo, se hace el siguiente nombramiento: Gerente

ARTÍCULO 31. Copias. El presente estatuto se elabora en dos (2) copias, una de las cuales se inscribirá en el registro mercantil de la Cámara de Comercio de _____ y la otra reposará en poder del empresario titular de la empresa unipersonal. En señal de consentimiento ausente de vicios y plena voluntad en la constitución de la empresa unipersonal, firmo el presente documento y reconozco ante Notario Público el mismo.

C. C. No _____

7.2 Certificaciones y gestiones ante entidades publicas

Cámara de comercio (inscripción)

Impuesto de rentas

Solicitud del RUT. (Gratuito)

Registro de industria y comercio

Licencia de funcionamiento

Licencia de avisos y tableros

8. ASPECTOS FINANCIEROS

8.1 Estructura Financiera del proyecto

8.1.1 Recursos Propios

NOMBRES	APORTES	FECHA
Alejandra Durango Holguín	25.000.000	20-12-2009
Erica Yazmin Higueta	25.000.000	20-12-2009
Total de los recursos propios	50.000.000	

8.1.2 Créditos y Préstamos Bancarios

La entidad de financiamiento del préstamo es el Fondo Emprender, donde el valor del préstamo es de 19.916.477 a un plazo de 48 meses, a una tasa de interés del 1%, con cuotas mensuales de 518.499

SPA PRIMAVERA
PLAN DE AMORTIZACIÓN

VALOR PRESTAMO	19.916.477
PLAZO	48
TASA	0,949%
CUOTA MES	518.499

CUOTA	INICIAL	INTERES	CAPITAL	SALDO
1	19.916.477	188.983	329.515	19.586.962
2	19.586.962	185.857	332.642	19.254.320
3	19.254.320	182.700	335.798	18.918.522
4	18.918.522	179.514	338.985	18.579.538
5	18.579.538	176.297	342.201	18.237.337
6	18.237.337	173.050	345.448	17.891.888
7	17.891.888	169.772	348.726	17.543.162
8	17.543.162	166.463	352.035	17.191.127
9	17.191.127	163.123	355.375	16.835.752

10	16.835.752	159.751	358.748	16.477.004
11	16.477.004	156.347	362.152	16.114.853
12	16.114.853	152.910	365.588	15.749.265
año 1		2.054.769	4.167.213	
13	15.749.265	149.442	369.057	15.380.208
14	15.380.208	145.940	372.559	15.007.649
15	15.007.649	142.404	376.094	14.631.555
16	14.631.555	138.836	379.663	14.251.892
17	14.251.892	135.233	383.265	13.868.627
18	13.868.627	131.597	386.902	13.481.725
19	13.481.725	127.925	390.573	13.091.151
20	13.091.151	124.219	394.279	12.696.872
21	12.696.872	120.478	398.021	12.298.852
22	12.298.852	116.701	401.797	11.897.054
23	11.897.054	112.889	405.610	11.491.445
24	11.491.445	109.040	409.459	11.081.986
Año 2		1.554.704	4.667.278	
25	11.081.986	105.155	413.344	10.668.642
26	10.668.642	101.233	417.266	10.251.376
27	10.251.376	97.273	421.225	9.830.151
28	9.830.151	93.276	425.222	9.404.929
29	9.404.929	89.241	429.257	8.975.672
30	8.975.672	85.168	433.330	8.542.341
31	8.542.341	81.057	437.442	8.104.899
32	8.104.899	76.906	441.593	7.663.307
33	7.663.307	72.716	445.783	7.217.524
34	7.217.524	68.486	450.013	6.767.511
35	6.767.511	64.216	454.283	6.313.228
36	6.313.228	59.905	458.594	5.854.634
Año 3		994.630	5.227.352	

37	5.854.634	55.553	462.945	5.391.689
38	5.391.689	51.161	467.338	4.924.351
39	4.924.351	46.726	471.772	4.452.579
40	4.452.579	42.250	476.249	3.976.330
41	3.976.330	37.731	480.768	3.495.562
42	3.495.562	33.169	485.330	3.010.232
43	3.010.232	28.563	489.935	2.520.297
44	2.520.297	23.915	494.584	2.025.713
45	2.025.713	19.222	499.277	1.526.436
46	1.526.436	14.484	504.014	1.022.422
47	1.022.422	9.702	508.797	513.625
48	513.625	4.874	513.625	0
Año 4		367.348	5.854.634	
0	0	0	518.499	-518.499
0	-518.499	-4.920	0	-518.499
0	-518.499	-4.920	0	-518.499
0	-518.499	-4.920	0	-518.499
0	-518.499	-4.920	0	-518.499
0	-518.499	-4.920	0	-518.499
0	-518.499	-4.920	0	-518.499
0	-518.499	-4.920	0	-518.499
0	-518.499	-4.920	0	-518.499
0	-518.499	-4.920	0	-518.499
0	-518.499	-4.920	0	-518.499
0	-518.499	-4.920	0	-518.499
0	-518.499	-4.920	0	-518.499
0	-518.499	-4.920	0	-518.499
Año 5		-54.119	518.499	
Análisis del crédito Destinación de los recursos relación plazo crédito y proyecto Capacidad de pago				

8.2 Ingresos y Egresos

8.2.1 Ingresos

8.2.1.1 Ingresos Propios del Negocio.

SPA PRIMAVERA

INGRESOS

	2010	2011	2012	2013	2014
Masaje de relajaciòn	50.400.0 00	58.212.00 0	67.234.86 0	77.656.26 3	89.692.98 4
Masaje de reducciòn	16.800.0 00	19.404.00 0	22.411.62 0	25.885.42 1	29.897.66 1
Masaje de celulitis	16.800.0 00	19.404.00 0	22.411.62 0	25.885.42 1	29.897.66 1
Masaje facial	21.000.0 00	24.255.00 0	28.014.52 5	32.356.77 6	37.372.07 7
Servicio de turco	41.040.0 00	47.401.20 0	54.748.38 6	63.234.38 6	73.035.71 6
Servicio de jacuzzi	16.800.0 00	19.404.00 0	22.411.62 0	25.885.42 1	29.897.66 1
TOTAL INGRESOS OPERATIVOS	162.840.000	188.080.200	217.232.631	250.903.689	289.793.761

Ingresos financieros	0	4.077.771	6.682.669	10.035.216	14.305.329
TOTAL INGRESOS	162.840.000	192.157.971	223.915.300	260.938.905	304.099.090

Análisis vertical año 1	
Masaje de relajación	31%
Masaje de reducción	10%
Masaje de celulitis	10%
Masaje facial	13%
Servicio de turco	25%
Servicio de jacuzzi	10%

Distribución porcentual de los ingresos respecto al total

Análisis horizontal ingresos	
2010	
2011	16%
2012	16%
2013	16%
2014	16%

Crecimiento anual

8.2.1.2 Otros Ingresos

No aplica a este proyecto.

8.2.2 Egresos

8.2.2.1 Inversiones

SPA PRIMAVERA

INVERSIÓN ACTIVOS

	Valor total del activo	Años de vida útil	Depreciación y amortización
MUEBLES Y ENSERES Y EQUIPO DE OFICINA			
4 escritorios tobulares	600.000	10	445.500
12 sillas tobulares	180.000		
3 mesas de 2 entrepaños	480.000		
3 closet de madera	600.000		
4 relojes	45.000		
4 ventiladores	160.000		
1 dispesador de agua	300.000		
1 nevera	300.000		
Decoración	150.000		
Telefono	40.000		
Fax	100.000		
Plasma de 18 pulgadas	850.000		
Minicomponente	200.000		
Camara digital	250.000		
dvd	200.000		
SUBTOTAL	4.455.000		445.500

MAQUINARIA Y EQUIPO			
3 camilla	630.000	10	1.932.000
Camilla portatil	380.000		
Faja termica	290.000		
Vacunterapia	2.100.000		
Gimnasia pasiva	850.000		
Lupa	270.000		
Ultrasonido	300.000		
Alta frecuencia	450.000		
Vaporozono	750.000		
Turco	2.800.000		
Jacuzzi	10.500.000		
SUBTOTAL	19.320.000		1.932.000
VEHICULOS			
VEHICULO 2009	0	5	0
Activo 2	0		
Activo 3	0		
Activo 4	0		
Activo 5	0		
SUBTOTAL	0		0
TERRENOS			
Activo 1	0		
Activo 2	0		
SUBTOTAL	0		

EDIFICACIONES			
Adecuaciones	20.000.000	10	2.000.000
Activo 2	0		
Activo 3	0		
SUBTOTAL	20.000.000		2.000.000
EQUIPO DE COMPUTO			
Portatil	910.000	3	303.333
Activo 2	0		
Activo 3	0		
Activo 4	0		
Activo 5	0		
SUBTOTAL	910.000		303.333
SOFTWARE			
Software	300.000	3	100.000
Activo 2	0		
Activo 3	0		
SUBTOTAL	300.000		100.000
TOTALES	44.985.000		4.780.833

INVERSIÓN CAPITAL DE TRABAJO	
-------------------------------------	--

Capital de trabajo	11.361.477
--------------------	------------

Inventarios	13.570.000
-------------	------------

TOTAL INVERSIÓN INICIAL	69.916.477
--------------------------------	-------------------

<p>Análisis de las inversiones Plazo de amortización o depreciación Capital de trabajo y plazo</p>
--

8.2.2.2 Costos

Masaje de relajación			
NOMBRE	CANTIDAD	V/R UNITARIO	V/R TOTAL
Insumos			
Aceite de naranja	50 ml	33 ml	1.650
Aceite de canela	50 ml	29 ml	1.450
Aceite de rosas	50 ml	29 ml	1.450
Aceite relajante	50 ml	29 ml	1.450
Aroma terapia	10 grm	4 grm	40
Gorro	1 und	500	500
Guantes	1 und	500	500
Tapa bocas	1 und	500	500
Velas	3 unds	1.000	3.000
Total insumos			10.540
m.o.d			
Masajista	1	2.500	2500
Aux. de masajista	1	2.083	2083
Total m.o.d			4583
Costo total			15.123

Masaje de reducción			

NOMBRE	CANTIDAD	V/R UNITARIO	V/R TOTAL
Insumos			
Gránulos de avena	5 ml	300 ml	1.500
Jabón de avena	10 ml	9 ml	90
Aceite de naranja	45 ml	33 ml	1.650
Aceite de algas marinas	45 ml	29 ml	1.305
Aceite de romero	45 ml	29 ml	1.450
Gel termo reductor	10 grm	28 grm	280
Papel osmótico			
vendas de algodón			
Gorro	1 und	500	500
Guantes	1 und	500	500
Tapa bocas	1 und	500	500
Total insumos			7.775
m.o.d			
Masajista	1	2.500	2500
Aux. de masajista	1	2.083	2083
Total m.o.d			4583
Costo total			12.358

Masaje de celulitis			
NOMBRE	CANTIDAD	V/R UNITARIO	V/R TOTAL
Insumos			
Aceite de naranja	35ml	33 ml	1.155
Aceite de parafina	5 grm	91 grm	455
Aceite de algas marinas	30 ml	29 ml	870
Firm body anti celulítico	10 grm	51 grm	510
loción corporal anti celulitis	10 ml	45 ml	450
Gorro	1 und	500	500
Guantes	1 und	500	500
Tapa bocas	1 und	500	500
Total insumos			4.940
m.o.d			
Masajista	1	2.500	2.500

Aux. de masajista	1	2.083	2.083
Total m.o.d			4.583
Costo total			9.523

Masaje facial			
NOMBRE	CANTIDAD	V/R UNITARIO	V/R TOTAL
Insumos			
Leche limpiadora	5 grm	91 grm	455
Mascarilla de barro	5 grm	100 grm	500
Gel refrescante de aloe vera	5 grm	76 grm	380
Gel exfoliante facial	5 grm	101 grm	505
Mascarilla de oxígeno	5 grm	111 grm	555
Mascarilla de papaína	5 grm	96 grm	480
Aminoácido de colágeno	3ml	517 ml	1.551
Gorro	1 und	500	500
Guantes	1 und	500	500
Tapa bocas	1 und	500	500
Total insumos			5.926
m.o.d			
Masajista	1	2.500	2500
Aux. de masajista	1	2.083	2083
Total m.o.d			4583
Costo total			10.509

Nota: para los servicios de turco y jacuzzi se le hizo un cálculo promedio de cuanto se gasta en agua y energía ya que estos no tienen insumos, ni m.o.d.

Servicio	Costo Variable
Turco	5.000
Jacuzzi	8.000

COSTOS VARIABLES	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
	2010	2011	2012	2013	2014

FACTOR INCREMENT O COSTO VBLE					
	5,00%	5,00%	5,00%	5,00%	5,00%

Masaje de relajaciòn	Cantidade s	1.680	1.848	2.033	2.236	2.460
	Costo unitario	15.123	15.879	16.673	17.507	18.382
		25.406.64 0	29.344.66 9	33.893.09 3	39.146.52 2	45.214.23 3

Masaje de reducciòn	Cantidade s	840	924	1.016	1.118	1.230
	Costo unitario	12.358	12.976	13.625	14.306	15.021
		10.380.72 0	11.989.73 2	13.848.14 0	15.994.60 2	18.473.76 5

Masaje de celulitis	Cantidade s	840	924	1.016	1.118	1.230
	Costo unitario	9.523	9.999	10.499	11.024	11.575
		7.999.320	9.239.215	10.671.29 3	12.325.34 3	14.235.77 1

Masaje facial	Cantidade s	840	924	1.016	1.118	1.230
	Costo unitario	10.509	11.034	11.586	12.165	12.774
		8.827.560	10.195.83 2	11.776.18 6	13.601.49 5	15.709.72 6

Servicio de turco	Cantidade s	3.420	3.762	4.138	4.552	5.007
------------------------------	------------------------	-------	-------	-------	-------	-------

Costo unitario	5.000	5.250	5.513	5.788	6.078
	17.100.000	19.750.500	22.811.828	26.347.661	30.431.548

Servicio de jacuzzi	Cantidades	840	924	1.016	1.118	1.230
	Costo unitario	8.000	8.400	8.820	9.261	9.724
		6.720.000	7.761.600	8.964.648	10.354.168	11.959.065

TOTAL COSTOS VARIABLES		76.434.240	88.281.547	101.965.187	117.769.791	136.024.109
-------------------------------	--	-------------------	-------------------	--------------------	--------------------	--------------------

8.2.2.3 Gastos

Gastos Administrativos y legales

SALARIOS		2010	2011	2012	2013	2014
-----------------	--	-------------	-------------	-------------	-------------	-------------

FACTOR INCREMENTO SALARIOS	Valor mes	5,00%	5,00%	5,00%	5,00%	5,00%
-----------------------------------	------------------	-------	-------	-------	-------	-------

Gerente	795.000	9.540.000	10.017.000	10.517.850	11.043.743	11.595.930
Secretaria	795.000	9.540.000	10.017.000	10.517.850	11.043.743	11.595.930
Honorarios de contador	70.000	840.000	882.000	926.100	972.405	1.021.025
Auxiliar de servicios generales	636.000	7.632.000	8.013.600	8.414.280	8.834.994	9.276.744
Empleado 5	0	0	0	0	0	0
Empleado 6	0	0	0	0	0	0
Empleado 7	0	0	0	0	0	0
Empleado 8	0	0	0	0	0	0
Empleado 9	0	0	0	0	0	0

Empleado 10	0	0	0	0	0	0
TOTAL NOMINA	27.552.00 0	28.929.60 0	30.376.08 0	31.894.88 4	33.489.62 8	

Gastos Distribución y Ventas

GASTOS OPERATIVOS	2010	2011	2012	2013	2014
------------------------------	-------------	-------------	-------------	-------------	-------------

FACTOR INCREMENTO GASTOS OPER.	Valor mes	5,00%	5,00%	5,00%	5,00%	5,00%
---	----------------------	-------	-------	-------	-------	-------

Arriendo	500.00 0	6.000.000	6.300.000	6.615.000	6.945.750	7.293.038
Servicios publicos	300.00 0	3.600.000	3.780.000	3.969.000	4.167.450	4.375.823
Elementos de aseo y cafeteria	2.129	25.548	26.825	28.167	29.575	31.054
Gastos de constitución	19.492	233.904	245.599	257.879	270.773	284.312
Implementos de suguridad	193.40 0	2.320.800	2.436.840	2.558.682	2.686.616	2.820.947
Transporte para domicilios	100.00 0	1.200.000	1.260.000	1.323.000	1.389.150	1.458.608
Gasto operativo 7	0	0	0	0	0	0
Gasto operativo 8	0	0	0	0	0	0
Gasto operativo 9	0	0	0	0	0	0
Gasto operativo 10	0	0	0	0	0	0

SUBTOTAL GASTOS OPERATIVOS		13.380.25 2	14.049.26 5	14.751.72 8	15.489.31 4	16.263.78 0
---	--	------------------------	------------------------	------------------------	------------------------	------------------------

Gasto por depreciación	4.680.833	4.680.833	4.680.833	4.377.500	4.377.500
Gasto por amortización	100.000	100.000	100.000	0	0
Gasto por impuestos	373.658	2.052.843	2.363.546	2.722.033	3.135.692
Gasto por publicidad	540.000	304.500	319.725	335.711	352.497
Gasto por salarios	27.552.000	28.929.600	30.376.080	31.894.884	33.489.628
TOTAL GASTOS OPERATIVOS	46.626.743	50.117.041	52.591.912	54.819.442	57.619.097

Gastos Amortización de diferidos

SPA PRIMAVERA

EGRESOS

	2010	2011	2012	2013	2014
Costos variables	76.434.240	88.281.547	101.965.187	117.769.791	136.024.109
Costos fijos	3.600.000	3.780.000	3.969.000	4.167.450	4.375.823
Mantenimeinto de maquinaria y equipo	3.600.000	3.780.000	3.969.000	4.167.450	4.375.823
Costo 2	0	0	0	0	0
Costo 3	0	0	0	0	0
Costo 4	0	0	0	0	0
Costo 5	0	0	0	0	0
Costo 6	0	0	0	0	0
Costo 7	0	0	0	0	0
Costo 8	0	0	0	0	0
Costo 9	0	0	0	0	0
Costo 10	0	0	0	0	0
TOTAL	80.034.240	92.061.547	105.934.187	121.937.241	140.399.931

COSTOS					
Gastos operativos	46.626.743	50.117.041	52.591.912	54.819.442	57.619.097
Arriendo	6.000.000	6.300.000	6.615.000	6.945.750	7.293.038
Servicios publicos	3.600.000	3.780.000	3.969.000	4.167.450	4.375.823
Elementos de aseo y cafeteria	25.548	26.825	28.167	29.575	31.054
Gastos de constitución	233.904	245.599	257.879	270.773	284.312
Implementos de suguridad	2.320.800	2.436.840	2.558.682	2.686.616	2.820.947
Transporte para domicilios	1.200.000	1.260.000	1.323.000	1.389.150	1.458.608
Gasto operativo 7	0	0	0	0	0
Gasto operativo 8	0	0	0	0	0
Gasto operativo 9	0	0	0	0	0
Gasto operativo 10	0	0	0	0	0
Gasto por depreciación	4.680.833	4.680.833	4.680.833	4.377.500	4.377.500
Gasto por amortización	100.000	100.000	100.000	0	0
Gasto por impuestos	373.658	2.052.843	2.363.546	2.722.033	3.135.692
Gasto por publicidad	540.000	304.500	319.725	335.711	352.497
Gasto por salarios	27.552.000	28.929.600	30.376.080	31.894.884	33.489.628
Gastos financieros	2.054.769	1.554.704	994.630	367.348	-54.119
TOTAL GASTOS	48.681.512	51.671.745	53.586.542	55.186.790	57.564.978
TOTAL	128.715.752	143.733.292	159.520.729	177.124.031	197.964.909

EGRESOS					

Análisis vertical año 1		
Costos variables	59%	Distribución del total egresos en cada concepto
Costos fijos	3%	
Gastos administrativos	36%	
Gastos financieros	2%	

Análisis horizontal egresos		
2010		Crecimiento anual
2011	12%	
2012	11%	
2013	11%	
2014	12%	

8.2.2.4 Gastos Financieros

Crédito con terceros	19.916.477
-----------------------------	-------------------

Vr. Cuota mes	518.499
----------------------	----------------

8.3 Estados Financieros Proyectados

8.3.1 Flujo de Caja

SPA PRIMAVERA

FLUJO DE CAJA DEL PROYECTO

Concepto	2010	2011	2012	2013	2014
Ventas	162.840.000	188.080.200	217.232.631	250.903.689	289.793.761
Costos	80.034.240	92.061.547	105.934.187	121.937.241	140.399.931
Gastos operativos	46.626.743	50.117.041	52.591.912	54.819.442	57.619.097
Utilidad operativa	36.179.017	45.901.612	58.706.532	74.147.006	91.774.733
Impuesto de renta operativo	11.939.076	15.147.532	19.373.156	24.468.512	30.285.662
Beneficio fiscal financiero	-678.074	832.612	1.877.053	3.190.396	4.738.618
Utilidad operativa despues de impuestos	24.918.015	29.921.468	37.456.324	46.488.097	56.750.453
Depreciación y amortización	4.780.833	4.780.833	4.780.833	4.377.500	4.377.500
Flujo de caja bruto operativo	29.698.848	34.702.301	42.237.157	50.865.597	61.127.953

TIR DEL PROYECTO	47%
-------------------------	------------

--

VPN DEL PROYECTO	144.237.729
-------------------------	--------------------

Servicio de la deuda	4.167.213	4.667.278	5.227.352	5.854.634	518.499
Gastos financieros	2.054.769	1.554.704	994.630	367.348	-54.119
Flujo de caja libre del inversionista	23.476.866	28.480.319	36.015.175	44.643.615	60.663.574

TIR DEL INVERSIONISTA	56%
------------------------------	------------

--

VPN	143.279.549
------------	--------------------

8.3.2 Estado de Perdidas y Ganancias (Estado de Resultado)

SPA PRIMAVERA					
ESTADO DE RESULTADOS					
Concepto	2010	2011	2012	2013	2014
Ventas	162.840.000	188.080.200	217.232.631	250.903.689	289.793.761
Costos	80.034.240	92.061.547	105.934.187	121.937.241	140.399.931
Utilidad Bruta	82.805.760	96.018.653	111.298.444	128.966.448	149.393.829
Gastos operativos	46.626.743	50.117.041	52.591.912	54.819.442	57.619.097
Utilidad antes impuestos e intereses	36.179.017	45.901.612	58.706.532	74.147.006	91.774.733
Gastos financieros	2.054.769	1.554.704	994.630	367.348	-54.119
Ingresos financieros	0	4.077.771	6.682.669	10.035.216	14.305.329
Utilidad antes de impuestos	34.124.248	48.424.679	64.394.571	83.814.874	106.134.181
Impuestos	11.261.002	15.980.144	21.250.208	27.658.908	35.024.280
Utilidad neta	22.863.246	32.444.535	43.144.362	56.155.965	71.109.901

8.3.3 Balance General

SPA PRIMAVERA						
BALANCE GENERAL						
	2009	2010	2011	2012	2013	2014
Activos corrientes						
Disponible	11.361.477	1.000.000	1.000.000	1.000.000	1.000.000	1.000.000
Inversiones temporales		58.253.865	95.466.698	143.360.225	204.361.846	286.596.893
Deudores (cuentas por cobrar)		6.785.000	7.836.675	9.051.360	10.454.320	12.074.740
Inventarios	13.570.000	0	0	0	0	0
Otros activos						
Total activo corriente	24.931.477	66.038.865	104.303.373	153.411.585	215.816.166	299.671.633
Activos de largo plazo						
Muebles y enseres	4.455.000	4.455.000	4.455.000	4.455.000	4.455.000	4.455.000
Maquinaria y equipo	19.320.000	19.320.000	19.320.000	19.320.000	19.320.000	19.320.000
Vehículos	0	0	0	0	0	0
Terrenos	0	0	0	0	0	0
Edificacio	20.000.000	20.000.000	20.000.000	20.000.000	20.000.000	20.000.000

nes	00	0	0	0	0	0
Equipo de computación	910.000	910.000	910.000	910.000	910.000	910.000
Depreciación acumulada	0	(4.680.833)	(9.361.667)	(14.042.500)	(18.420.000)	(22.797.500)
Software	300.000	300.000	300.000	300.000	300.000	300.000
Amortización acumulada	0	(100.000)	(200.000)	(300.000)	(300.000)	(300.000)
Total activos no corrientes	44.985.000	40.204.167	35.423.333	30.642.500	26.265.000	21.887.500
Total activos	69.916.477	106.243.032	139.726.706	184.054.085	242.081.166	321.559.133
<u>Pasivos corrientes</u>						
Proveedores	0	6.369.520	7.356.796	8.497.099	9.814.149	11.335.342
Impuesto por pagar		11.261.002	15.980.144	21.250.208	27.658.908	35.024.280
Obligaciones financieras corrientes	4.167.213	4.667.278	5.227.352	5.854.634	518.499	0
Total pasivos corrientes	4.167.213	22.297.800	28.564.291	35.601.941	37.991.556	46.359.622

<u>Pasivos no corrientes</u>						
Obligaciones financieras no corrientes	15.749.265	11.081.986	5.854.634	0	(518.499)	(518.499)
Total pasivos no corrientes	15.749.265	11.081.986	5.854.634	0	(518.499)	(518.499)
Total pasivos	19.916.477	33.379.786	34.418.926	35.601.941	37.473.058	45.841.124
<u>Patrimonio</u>						
Capital	50.000.000	50.000.000	50.000.000	50.000.000	50.000.000	50.000.000
Reserva Legal	0	0	2.286.325	5.530.778	9.845.214	15.460.811
Utilidades retenidas	0	0	20.576.921	49.777.003	88.606.929	139.147.298
Utilidad del periodo	0	22.863.246	32.444.535	43.144.362	56.155.965	71.109.901
Total patrimonio	50.000.000	72.863.246	105.307.781	148.452.143	204.608.108	275.718.010
Total pasivo y patrimonio	69.916.477	106.243.032	139.726.706	184.054.085	242.081.166	321.559.133
					Diferencia	0,00

					en balance	
--	--	--	--	--	------------	--

8.4 Evaluación financiera del proyecto

8.4.1 Valor Presente Neto

VPN	177.947.078
-----	-------------

8.4.2 Tasa Interna de Retorno

TIR DEL INVERSIONISTA	81%
-----------------------	-----

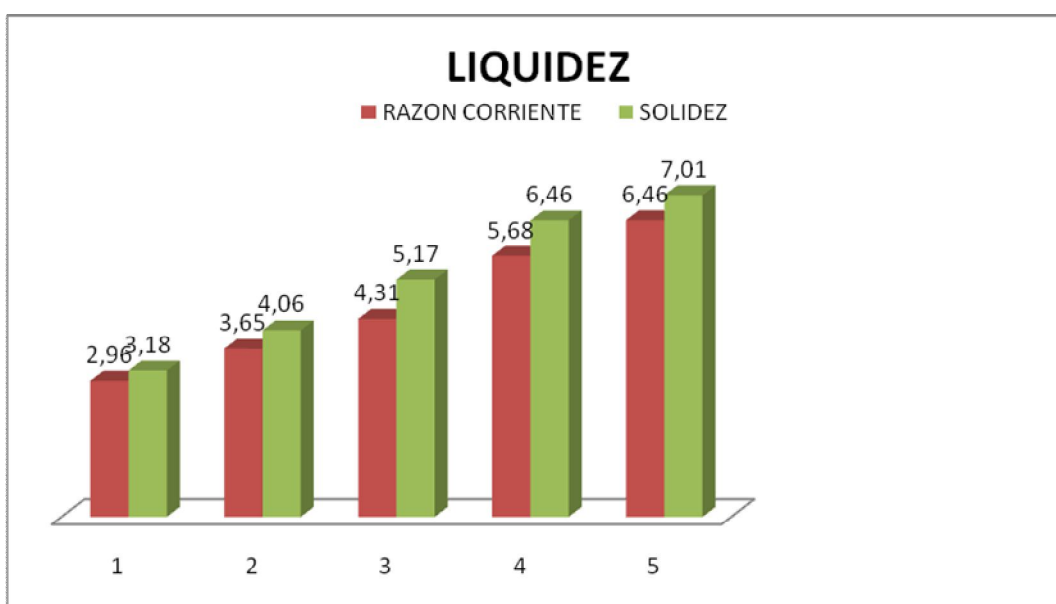
8.4.3 Indicadores Financieros proyectados

SPA PRIMAVERA

INDICADORES FINANCIEROS DE LIQUIDEZ Y ACTIVIDAD

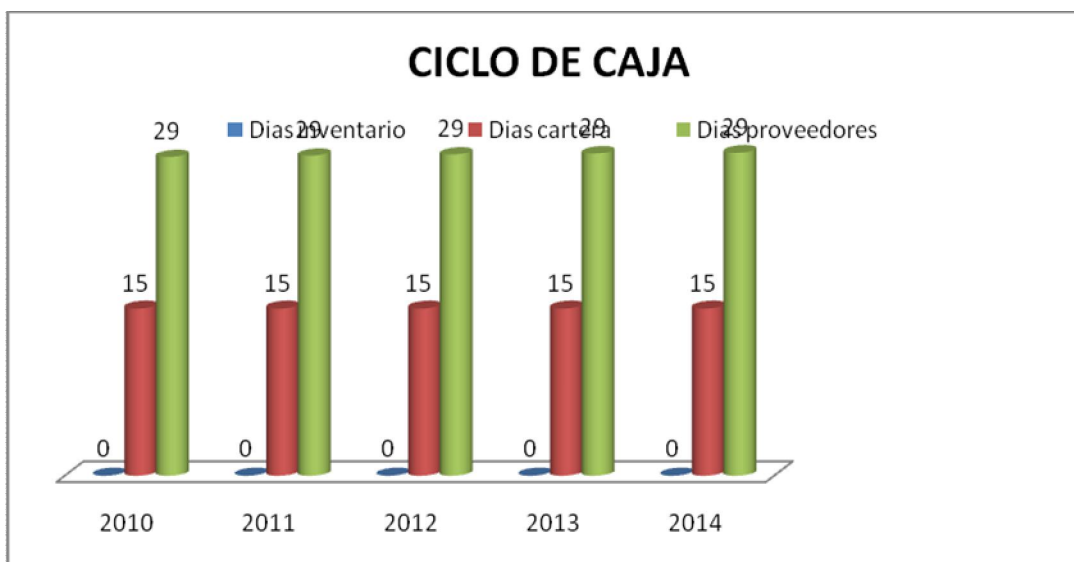
LIQUIDEZ	FORMULA DE CALCULO	2010	2011	2012	2013	2014
RAZON CORRIENTE	$\frac{\text{ACTIVO CORRIENTE}}{\text{Pasivo CORRIENTE}}$	2,96	3,65	4,31	5,68	6,46
PRUEBA ACIDA Aplica para empresas con	$\frac{\text{ACTIVO CORRIENTE - INVENTARIOS}}{\text{PASIVO CORRIENTE}}$	2,96	3,65	4,31	5,68	6,46

inventarios						
SOLID EZ	$\frac{\text{ACTIVO TOTAL}}{\text{PASIVO TOTAL}}$	3,18	4,06	5,17	6,46	7,01
CAPIT AL DE TRABA JO	ACTIVO CORRIENTE - PASIVO CTE	43.741. 065	75.739. 081	117.80 9.643	177.824 .610	253.312 .011



ACTIVIDAD	FORMULA DE	201	2011	2012	2013	2014
-----------	------------	-----	------	------	------	------

	CALCULO	0				
ROTACION DE INVENTARIO EN DÍAS	$\frac{\text{DIAS}}{\text{ROTACION INVENTARIO}}$	0	0	0	0	0
ROTACIÓN DE CARTERA EN DIAS	$\frac{\text{DIAS}}{\% \text{ DE ROTACIÓN DE CARTERA}}$	15	15	15	15	15
ROTACION PROVEEDORES	$\frac{\text{DIAS}}{\text{ROTACION DE CUENTAS POR PAGAR}}$	29	29	29	29	29
CICLO DE CAJA NETO	$\frac{\text{DIAS INVENTARIO + DIAS CARTERA}}{\text{- DIAS PROVEEDORES}}$	-14	-14	-14	-14	-14

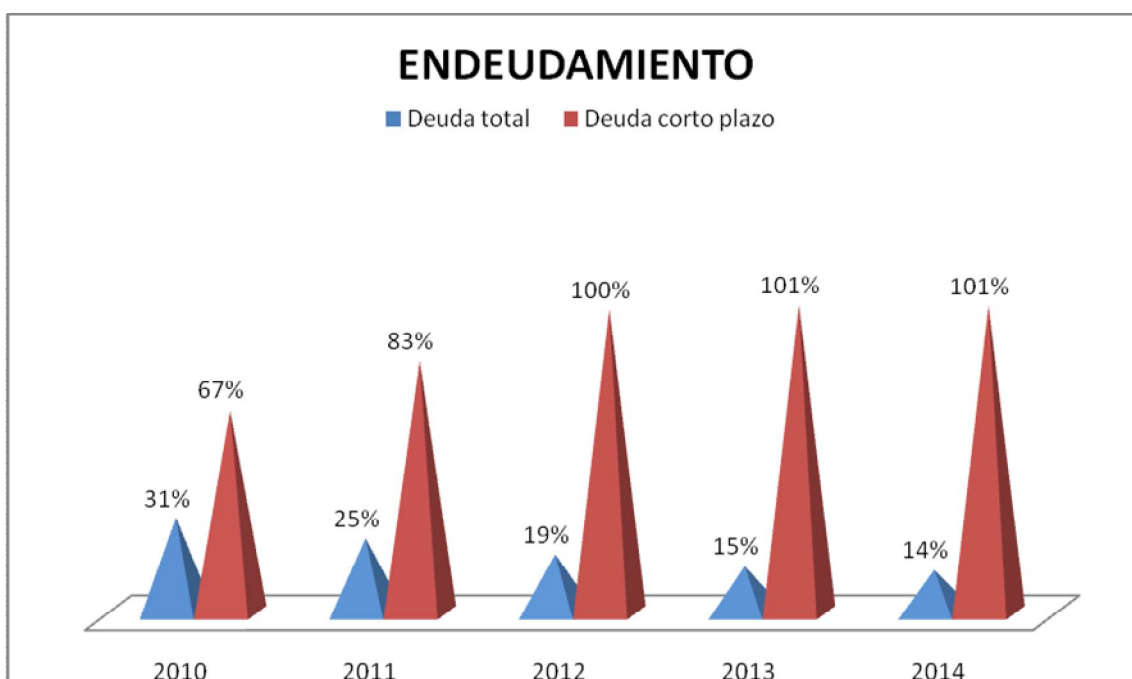


**SPA
PRIMAVER
A**

INDICADORES FINANCIEROS DE ENDEUDAMIENTO

ENDEUDAMIENTO	FORMULA DE CALCULO	2010	2011	2012	2013	2014
INDICE DE ENDEUDAMIENTO	$\frac{\text{PASIVO TOTAL}}{\text{ACTIVO TOTAL}}$	31,42 %	24,63 %	19,34%	15,48%	14,26%
ENDEUDAMIENTO A CORTO PLAZO	$\frac{\text{PASIVO CORRIENTE}}{\text{PASIVO TOTAL (o Activo Total)}}$	66,80 %	82,99 %	100,00 %	101,38 %	101,13 %

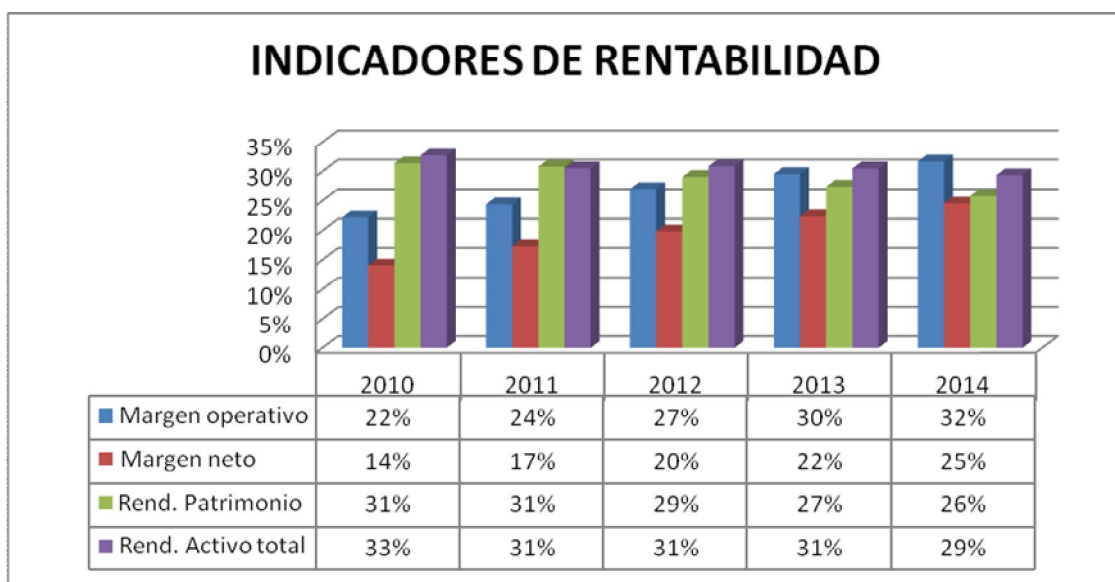
PATRIMONIO A PASIVOS	$\frac{\text{PATRIMONIO}}{\text{PASIVO TOTAL}}$	2,18	3,06	4,17	5,46	6,01



SPA PRIMAVERA

INDICADORES DE RENTABILIDAD

INDICADORES DE RENTABILIDAD	FORMULA DE CALCULO	2010	2011	2012	2013	2014
MARGEN BRUTO	$\frac{\text{RESULTADO BRUTO}}{\text{VENTAS}}$	51%	51%	51%	51%	52%
MARGEN OPERACIONAL	$\frac{\text{RESULTADO OPERACIONAL}}{\text{VENTAS}}$	22%	24%	27%	30%	32%
MARGEN NETO DE UTILIDAD	$\frac{\text{RESULTADO DEL EJERCICIO}}{\text{VENTAS}}$	14%	17%	20%	22%	25%
RENDIMIENTO DEL PATRIMONIO	$\frac{\text{RESULTADO DEL EJERCICIO}}{\text{PATRIMONIO}}$	31%	31%	29%	27%	26%
RENDIMIENTO DEL ACTIVO	$\frac{\text{RESULTADO DEL EJERCICIO}}{\text{ACTIVO TOTAL}}$	33%	31%	31%	31%	29%



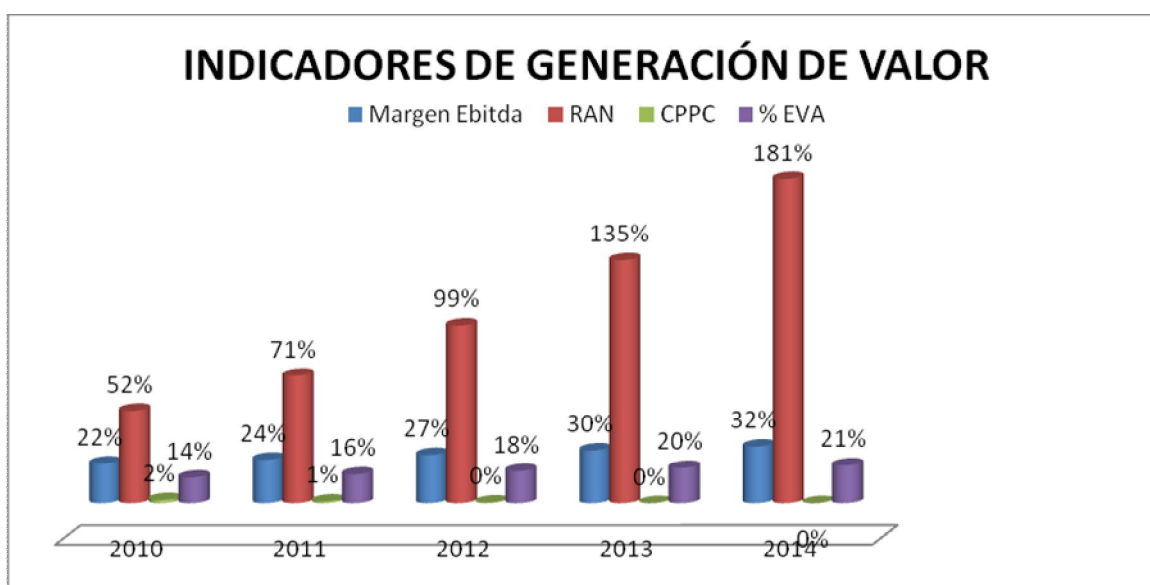
SPA PRIMAVERA

INDICADORES DE GENERACIÓN DE VALOR

INDICADOR ES DE VALOR	FORMULA DE CALCULO	2010	2011	2012	2013	2014
KTNO	$C \times C +$ Inventarios - $C \times P$	415.48 0	479.87 9	554.261	640.171	739.39 8
PKT	KTNO / INGRESOS	0,26%	0,26%	0,26%	0,26%	0,26%
ROA (RENDIMIEN TO ACTIVO)	$\frac{UAI}{ACTIVOSNETOS}$	76,99%	106,11 %	147,90 %	201,93 %	270,23 %

	OPERATIVOS					
ROI (RENDIMIENTO PATRIMONIO)	$\frac{\text{UAI}}{\text{PATRIMONIO}}$	46,83%	45,98%	43,38%	40,96%	38,49%
MARGEN EBITDA	$\frac{\text{EBITDA}}{\text{INGRESOS}}$	22,22%	24,41%	27,02%	29,55%	31,67%
PALANCA DE CRECIMIENTO	$\frac{\text{MARGEN EBITDA}}{\text{PKT}}$	87,08	95,65	105,92	115,82	124,12
COSTO PROMEDIO PONDERADO		1,78%	0,95%	0,38%	0,00%	-0,02%
RAN	$\frac{\text{UODI}}{\text{ACTIVOS OPERACIÓN}}$	51,59%	71,09%	99,09%	135,29%	181,05%
EVA	UODI - ACTIVOS x CK	23.404. 071	30.342. 356	39.181. 860	49.678. 494	61.495. 642

EVA	ACTIVOS x (RAN - CK)	23.404. 071	30.342. 356	39.181. 860	49.678. 494	61.495. 642
% EVA	EVA / VENTAS	14,37%	16,13%	18,04%	19,80%	21,22%



8.4.4 Análisis de sensibilidad (Variación de la Demanda)

10% a la demanda

INGRESOS OPERATIVOS (Producto o servicio)	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
	2010	2011	2012	2013	2014

FACTOR CRECIMIENTO UNIDADES					
	10,00%	10,00%	10,00%	10,00%	10,00%

FACTOR INCREMENTO					
	5,00%	5,00%	5,00%	5,00%	5,00%

TO PRECIOS						
Masaje de relajación	Cantida des	1.848	2.033	2.236	2.460	2.706
	Precio unitario	30.000	31.500	33.075	34.729	36.465
		55.440.0 00	64.033. 200	73.958. 346	85.421. 890	98.662.2 83
Masaje de reducción	Cantida des	924	1.016	1.118	1.230	1.353
	Precio unitario	20.000	21.000	22.050	23.153	24.310
		18.480.0 00	21.344. 400	24.652. 782	28.473. 963	32.887.4 28
Masaje de celulitis	Cantida des	924	1.016	1.118	1.230	1.353
	Precio unitario	20.000	21.000	22.050	23.153	24.310
		18.480.0 00	21.344. 400	24.652. 782	28.473. 963	32.887.4 28
Masaje facial	Cantida des	924	1.016	1.118	1.230	1.353
	Precio unitario	25.000	26.250	27.563	28.941	30.388
		23.100.0 00	26.680. 500	30.815. 978	35.592. 454	41.109.2 84
Servicio de turco	Cantida des	3.762	4.138	4.552	5.007	5.508
	Precio unitario	12.000	12.600	13.230	13.892	14.586
		45.144.0 00	52.141. 320	60.223. 225	69.557. 824	80.339.2 87
Servicio de jacuzzi	Cantida des	924	1.016	1.118	1.230	1.353
	Precio unitario	20.000	21.000	22.050	23.153	24.310

		18.480.000	21.344.400	24.652.782	28.473.963	32.887.428
TOTAL INGRESOS PROYECTADOS		179.124.000	206.888.220	238.955.894	275.994.058	318.773.137
TIR DEL INVERSIONISTA		68%				
VPN		178.371.584				

Ante un incremento de un 10% de las cantidades propuestas para el año 1 hasta el 5, sin cambiar el precio propuesto para vender los servicios se genera un cambio significativo en el VPN y la TIR con un 68% incrementando la rentabilidad de la empresa SPA PRIMAVERA.

-10% de la de demanda

INGRESOS OPERATIVOS (Producto o servicio)	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
	2010	2011	2012	2013	2014

FACTOR CRECIMIENTO UNIDADES					
	10,00%	10,00%	10,00%	10,00%	10,00%

FACTOR INCREMENTO PRECIOS					
	5,00%	5,00%	5,00%	5,00%	5,00%

Masaje de relajación	Cantidades	1.512	1.663	1.830	2.012	2.214
	Precio unitario	30.000	31.500	33.075	34.729	36.465
		45.360.000	52.390.800	60.511.374	69.890.637	80.723.686

Masaje de reducciòn	Cantidades	756	832	915	1.006	1.107
	Precio unitario	20.000	21.000	22.050	23.153	24.310
		15.120.000	17.463.600	20.170.458	23.296.879	26.907.895

Masaje de celulitis	Cantidades	756	832	915	1.006	1.107
	Precio unitario	20.000	21.000	22.050	23.153	24.310
		15.120.000	17.463.600	20.170.458	23.296.879	26.907.895

Masaje facial	Cantidades	756	832	915	1.006	1.107
	Precio unitario	25.000	26.250	27.563	28.941	30.388
		18.900.000	21.829.500	25.213.073	29.121.099	33.634.869

Servicio de turco	Cantidades	3.678	4.046	4.450	4.895	5.385
	Precio unitario	12.000	12.600	13.230	13.892	14.586
		44.136.000	50.977.080	58.878.527	68.004.699	78.545.428

Servicio de jacuzzi	Cantidades	756	832	915	1.006	1.107
	Precio unitario	20.000	21.000	22.050	23.153	24.310
		15.120.000	17.463.600	20.170.458	23.296.879	26.907.895

TOTAL INGRESOS PROYECTADOS		153.756.000	177.588.180	205.114.348	236.907.072	273.627.668
-----------------------------------	--	--------------------	--------------------	--------------------	--------------------	--------------------

TIR DEL INVERSIONISTA	50%
------------------------------	------------

VPN	125.357.858
------------	--------------------

Ante una disminución de un -10% de las cantidades propuestas para el año 1 hasta el 5, sin cambiar el precio propuesto para vender los servicios se genera un cambio desfavorable en el VPN y la TIR disminuyen a un 50% de la rentabilidad de la empresa SPA PRIMAVERA.

8.4.5 Análisis de sensibilidad (Variación del Precio)

15% del precio

INGRESOS OPERATIVOS (Producto o servicio)	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
	2010	2011	2012	2013	2014

FACTOR CRECIMIENT O UNIDADES	10,00%	10,00%	10,00%	10,00%	10,00%
-------------------------------------	--------	--------	--------	--------	--------

FACTOR INCREMENT O PRECIOS	15,00%	15,00%	15,00%	15,00%	15,00%
-----------------------------------	--------	--------	--------	--------	--------

Masaje de relajación	Cantidades	1.680	1.848	2.033	2.236	2.460
	Precio unitario	34.500	39.675	45.626	52.470	60.341
		57.960.000	73.319.400	92.749.041	117.327.537	148.419.334

Masaje de reducción	Cantidades	840	924	1.016	1.118	1.230
	Precio unitario	23.000	26.450	30.418	34.980	40.227
		19.320.000	24.439.800	30.916.347	39.109.179	49.473.111

Masaje de	Cantidad	840	924	1.016	1.118	1.230
------------------	-----------------	-----	-----	-------	-------	-------

celulitis	es					
	Precio unitario	23.000	26.450	30.418	34.980	40.227
		19.320.000	24.439.800	30.916.347	39.109.179	49.473.111

Masaje facial	Cantidades	840	924	1.016	1.118	1.230
	Precio unitario	28.250	32.488	37.361	42.965	49.409
		23.730.000	30.018.450	37.973.339	48.036.274	60.765.887

Servicio de turco	Cantidades	3.420	3.762	4.138	4.552	5.007
	Precio unitario	13.800	15.870	18.251	20.988	24.136
		47.196.000	59.702.940	75.524.219	95.538.137	120.855.744

Servicio de jacuzzi	Cantidades	840	924	1.016	1.118	1.230
	Precio unitario	23.000	26.450	30.418	34.980	40.227
		19.320.000	24.439.800	30.916.347	39.109.179	49.473.111

TOTAL INGRESOS PROYECTADOS		186.846.000	236.360.190	298.995.640	378.229.485	478.460.299
-----------------------------------	--	--------------------	--------------------	--------------------	--------------------	--------------------

TIR DEL INVERSIONISTA	101%
------------------------------	-------------

VPN	325.469.159
------------	--------------------

Ante un incremento de un 15% del precio propuesto para el año 1 hasta el año5, sin

cambiar las cantidades propuestas para vender los servicios se genera un cambio significativo en el VPN y la TIR del 101% incrementando significativamente la rentabilidad de la empresa SPA PRIMAVERA.

-15% del precio

INGRESOS OPERATIVOS (Producto o servicio)	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
	2010	2011	2012	2013	2014

FACTOR CRECIMIENTO UNIDADES	10,00%	10,00%	10,00%	10,00%	10,00%
------------------------------------	--------	--------	--------	--------	--------

FACTOR INCREMENTO PRECIOS	5,00%	5,00%	5,00%	5,00%	5,00%
----------------------------------	-------	-------	-------	-------	-------

Masaje de relajación	Cantidades	1.680	1.848	2.033	2.236	2.460
	Precio unitario	25.500	26.775	28.114	29.519	30.995
		42.840.000	49.480.200	57.149.631	66.007.824	76.239.036

Masaje de reducción	Cantidades	840	924	1.016	1.118	1.230
	Precio unitario	17.000	17.850	18.743	19.680	20.664
		14.280.000	16.493.400	19.049.877	22.002.608	25.413.012

Masaje de celulitis	Cantidades	840	924	1.016	1.118	1.230
	Precio unitario	17.000	17.850	18.743	19.680	20.664
		14.280.000	16.493.400	19.049.877	22.002.608	25.413.012

Masaje facial	Cantidades	840	924	1.016	1.118	1.230
	Precio unitario	21.250	22.313	23.428	24.600	25.830
		17.850.000	20.616.750	23.812.346	27.503.260	31.766.265

Servicio de turco	Cantidades	3.420	3.762	4.138	4.552	5.007
	Precio unitario	10.200	10.710	11.246	11.808	12.398
		34.884.000	40.291.020	46.536.128	53.749.228	62.080.358

Servicio de jacuzzi	Cantidades	840	924	1.016	1.118	1.230
	Precio unitario	17.000	17.850	18.743	19.680	20.664
		14.280.000	16.493.400	19.049.877	22.002.608	25.413.012

TOTAL INGRESOS PROYECTADOS		138.414.000	159.868.170	184.647.736	213.268.135	246.324.696
-----------------------------------	--	--------------------	--------------------	--------------------	--------------------	--------------------

TIR DEL INVERSIONISTA	18%
------------------------------	------------

VPN	40.669.134
------------	-------------------

Ante una disminución de un -15% del precio propuesto para el año 1 hasta el 5, sin cambiar las cantidades propuestas para vender los servicios se genera un cambio desfavorable en el VPN y la TIR disminuye a un 18% notándose un cambio severo que afecta la rentabilidad de la empresa SPA PRIMAVERA.

9. CONSIDERACIONES FINALES

De acuerdo con los estudios realizados en el proyecto se concluyo que es viable desde los siguientes puntos de vista:

- 1. Comercial.** Ya que se cuenta con un personal comprometido y especializado para ofrecer estos servicios en el municipio y también porque se presentan necesidades que pueden ser satisfechas con los servicios que se van a ofrecer en el SPA PRIMAVERA.
- 2. Técnicos.** El personal que estará a cargo de ofrecer los servicios del Spa, será especializado en masoterapia para prestar un excelente servicio y el cliente quede satisfecho con los servicios adquiridos.
- 3. Legal:** cotara con todos los requisitos estipulados por la ley para un buen funcionamiento en el mercado.
- 4. Organizacional.** Tendrá un equipo de trabajo pequeño y así habrá más unión para tomar decisiones dentro de la empresa.
- 5. Financiero.** Este es el punto más importante para la empresa ya que este determino la rentabilidad de la empresa como tal.

TIR DEL INVERSIONISTA	56%
------------------------------	------------

VPN	143.279.549
------------	--------------------

Desde el punto de vista de nosotras consideramos que se debe llevar a cabo este proyecto en el municipio de Santa fe de Antioquia.

Las estrategia que se debe llevar a cabo para el inicio del SPA PRIMAVERA son las siguientes:

A. ESTRATEGIA DE INTRODUCCIÓN

- El SPA PRIMAVERA para dar a conocer su portafolio va a realizar demostraciones de cada una de los servicios de masajes que esta va a prestar en el mercado.

Este será el cronograma de las demostraciones:

- **MASAJES DE RELAJACIÓN:** Se van a realizar 2 masajes con una duración de 25 minutos cada uno.
- **MASAJES MUSCULARES:** (brazo, antebrazo, muslo, pernas y tórax). Se va a realizar una demostración de cada uno (5) con una duración de 20 minutos cada uno.
- **MASAJES DE REDUCCIÓN:** Se realizaran 2 con una duración de 25 minutos y después de el masaje se le pondrá la maquinaria y equipo de gimnasia pasiva o faja térmica 30 minutos en total serán 55 minutos.
- **MASAJE DE ANTICELULITIS:** Se realizara 1 con una duración de 25 minutos después de el masaje se le pondrá la maquinaria y equipo de vacunoterapia 30 minutos en total serán 50 minutos.

Estas demostraciones serán realizadas por 2 masajistas y 2 auxiliares el día 16 de agosto en dos jornadas mañana (08.00 am – 12.00pm) y tarde (02.00 pm -06.00 pm

- El lugar donde se realizaran estas demostraciones serán en la variante calle 13 No 6-111 segundo piso
- Los medios que se van a utilizar para dar a conocer estas demostraciones serán: el canal telesantafe, la emisora Ondas de Tonusco, el periódico el santafereño y volantes.

- Todo esto se realizara con el objetivo de que la comunidad santafereña conozcan los servicios de masajes que ofrecerá el SPA PRIMAVERA, características y beneficios que obtendrán a través de este servicio, también para saber su punto de vista e identificar que prospectos serán más factibles que compren el servicio de masajes.

B. ESTRATEGIA DE VENTA

El SPA PRIMAVERA utilizara las siguientes estrategias:

- Manejaran créditos para los clientes que adquieran un paquete de masajes de 10 secciones, pagándolo en cada una de la secciones de 20.000 cada 8 días
- Pagaran de contado los clientes que solo adquieran un servicio de masajes.
- Ofrecerá un descuento del 15% para los clientes que adquieran 2 paquetes se masajes por 10 secciones de seguido.
- Obsequiara una hidratación de aloe vera para todo el cuerpo para el cliente que adquiera cada 8 días un servicio de masajes durante 2 meses consecutivos.

C. ESTRATEGIA DE PRECIOS

- El servicio que va a ofrecer el SPA PRIMAVERA será para el municipio de Santa fe de Antioquia y para sus visitantes, el precio que se va a manejar de cada servicio de masajes será de a cuerdo al de la competencia (masajistas a domicilio), para así lograr a dar a conocer mejor la calidad del servicio y lograr establecer una gran diferencia de la competencia
- Ofrecerá descuentos a los clientes del 10% por pronto pago de paquetes de servicios de masajes de 10 secciones.
- Por cada cliente que el usuario lleve al SPA PRIMAVERA se le ofrecerá un descuento del 5%.
- Se obsequiara cualquiera de los servicios de masajes totalmente gratis al usuario que traiga 5 clientes en el trascurso de un mes

D. ESTRATEGIA DE DISTRIBUCIÓN

- El SPA PRIMAVERA para llegar al mercado meta y ofrecer el servicio de masajes utilizara un Canal directo: productor- consumidor final.

E. ESTRATEGIA DE PUBLICIDAD Y PROMOCIÓN.

- El SPA PRIMAVERA para dar a conocer el servicio de masajes y promocionarlo utilizara para:

PUBLICIDAD

los medios de publicidad que se van a utilizar son:

- Crear una página web.
- Emisora local Ondas del Tonusco 2 cuñas (mañana y noche)
- El periódico el Santaferoño cada mes durante 6 mese consecutivos
- Se entregaran 1000 volantes.
- El canal telesanta fe
- En estos medios se dará la información del empresa SPA PRIMAVERA, sus servicios de masajes, precios, descuentos y promociones con el fin de motivar a los personas para que adquiera el servicio de masajes.

ESTRATEGIAS DE MERCADEO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
	2010	2011	2012	2013	2014
1.000 volantes	130.000	136.500	.325	150.491	158.016
Cuñas en emisora local	60.000	63.000	66.150	69.458	72.930
Periódico el santaferoño	50.000	52.500	55.125	57.881	60.775
Canal local	50.000	52.500	55.125	57.881	60.775

telesanta fe					
Pagina web	250.000	262.500	275.625	289.406	303.877
TOTAL COSTOS ESTRATEGIAS	540.000	304.500	319.725	335.711	352.497

PROMOCIÓN

- Por la compra de 2 paquetes de masajes de 10 secciones consecutivos se le obsequiara una exfoliación facial.
- Al comprar un paquete de masajes y pagarlo de contado se le obsequiara una depilación con cera o un servicio de manicure y pedicure.
- Por adquirir un servicio de masajes cada 8 días por dos meses consecutivos se le obsequiara una hidratación de aloe vera en todo el cuerpo.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

www.google.com

www.puntovital.cl

www.vitonica.com

Plan de Desarrollo Alcaldía Municipal de Santa fe de Antioquia

Estudio de Masoterapias, realizado por la alumna Alejandra Durango

Lo ayudas realizadas por los docentes de la universidad ESUMER de Tecnología de Mercadeo.

Conocimiento de alumnas autoras del presente proyecto.

Anexos

Cotizaciones de:

1. Insumos
2. Maquinaria, y equipo para el SPA PRIMAVERA

Otros:

- Encuestas para Estudio de Mercado (100 Encuestados en el Municipio de Santa Fe de Antioquia)