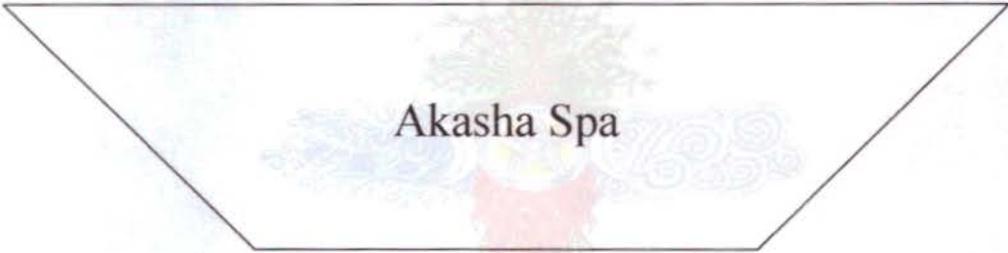




UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y
ADMINISTRATIVAS

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS



Akasha Spa

PROYECTO DE GRADO PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO
DE INGENIERO COMERCIAL

Autoras:

Taira Cárdenas

Liseth Obregón

Katherine Sarmiento

Tutor: Econ. Ernesto Rangel Luzuriaga

Guayaquil, 20 de Diciembre del 2010

AGRADECIMIENTO

A Dios, al personal docente y administrativo de la UNIVERSIDAD CATOLICA SANTIAGO DE GUAYAQUIL por la gestión realizada para el buen desarrollo de la Facultad de Ciencias Económicas, carrera Administración de Empresas; a el Msc. economista y amigo Ernesto Rangel Luzuriaga, por su apoyo, tiempo y dedicación en estos últimos pasos en el camino como estudiantes, al personal docente de la facultad, por brindarnos su conocimiento y aprendizaje, compañeros y a todas las personas que nos brindaron su ayuda para la realización de este proyecto.

DEDICATORIA

A Dios por ser quien permitió otorgarme el don de la vida y así poder llegar a este momento de iluminación; sin duda a la mejor mujer del mundo quien siempre estuvo a mi lado brindándome su apoyo incondicional en todo momento y su inmenso amor, mi mamá Gloria Mercy Salvatierra Aquino; a mis hermanas por ser mi gran apoyo día a día; a mi papá, porque a pesar de la distancia también me apoyo mientras podía; a mi angelito, mi hijo porque cada día al ver su sonrisa y escuchar cada vez las palabras mamá que salían de su pequeña boquita, fueron motivo de inspiración, de lucha para seguir adelante y no dejarme vencer; a todas mis amistades y familiares que siempre estuvieron junto a mí dándome fuerzas cuando sentí derrumbarme. Gracias a las personas que por su ayuda incondicional me permitieron llegar a este logro.

Katherine Ruth Sarmiento Salvatierra

DEDICATORIA

A Dios por ser mi guía en este largo camino, a mis padres José y Janneth por haberme brindado su apoyo incondicional día a día para culminar mi carrera y ser ellos parte fundamental para seguir luchando por mi y el bienestar de mi hija, a Mikaela Zapata Obregón hija, pilar e inspiración principal para seguir adelante en mi vida, a mi esposo por contar con su compañía en todo momento, mis hermanos por ser portavoces de que por mas complicaciones que tenga en la vida no dejarme vencer y seguir luchando; y finalmente a todas las personas que con su ayuda me han demostrado su cariño y aprecio.

Liseth Obregón Quinde

DEDICATORIA

A Dios por guiarme y ser mi fortaleza, a mi familia: María Cabrera mi madre, líder, y amiga quien me ha brindado su amor y comprensión en todos los momentos difíciles de mi vida, a mi papá Oscar Cárdenas mi inspiración y pilar fundamental llenándome de apoyo diariamente, a mi hermana Carolina Cárdenas por mostrarme el valor de las cosas y darme excelentes ejemplos siendo más que una hermana, mi mejor amiga; y a mi novio por contar con su amor y compañía, el cual ha visto mi desarrollo y ahora culminación de una de mis metas; gracias por su incuantificable amor, apoyo y dedicación.... los amo.

Taira María Cárdenas Cabrera

INDICE

CONTENIDO:

- I. AGRADECIMIENTO
- II. DEDICATORIA
- III. INDICE
- IV. INTRODUCCIÓN DEL RESUMEN EJECUTIVO

1. Descripción del proyecto

- 1.1 Nombre
- 1.2 Descripción del servicio y sus beneficios
- 1.3 Marco conceptual
- 1.4 Objetivos del proyecto
 - 1.4.1 Generales
 - 1.4.2 Específicos
- 1.5 ¿Qué necesidad satisface?
- 1.6 Segmento de mercado
- 1.7 Etapa en el ciclo de vida del producto
- 1.8 Competidores directos / indirectos
- 1.9 Aliados estratégicos
- 1.10 Aspectos Económicos
 - 1.10.1 PIB, PIB PER CÁPITA, inflación, sueldos y salarios, canasta básica y canasta de la pobreza
 - 1.10.2 Población: País, Provincia y ciudad
 - 1.10.3 Créditos para el sector microempresarial: montos y costos
 - 1.10.4 Tasas de Interés
 - 1.10.5 Reserva monetaria internacional, balanza comercial, remesas

2. Estudio de factibilidad técnicas del proyecto

- 2.1 Materia Prima requerida

2.2 Proceso de Producción

2.3 Requerimientos de mano de obra

2.4 Descripción de la infraestructura necesaria

2.4.1 Maquinaria

2.4.2 Equipos

2.4.3 Espacio físico

2.4.4 Ubicación

2.4.5 Permisos

2.4.6 Capacidad de atención

2.5 Situación actual de la empresa en el mercado

2.5.1 Aspectos Legales

2.5.2 Parte Administrativa

2.5.3 Misión

2.5.4 Visión

2.5.5 Valores

2.6 Diseños de planta, infraestructura e imágenes de maquinarias

3. Estudios de mercado: Proceso de investigación de mercados

3.1 Información secundaria (recopilación de internet, revistas, periódicos, visitas a supermercados)

3.1.1 Análisis de la competencia

3.1.2 Diagnóstico actual del marketing mix de la competencia

3.2 Información Primaria

3.2.1 Definición del problema de investigación

3.3 Objetivos

3.4 Diseño metodológico de la investigación

3.4.1 Tipo de estudio: exploratorio, concluyente descriptivo y/o concluyente casual

3.4.2 Métodos de recolección de datos: cualitativos y cuantitativos

3.4.2.1 Estudio exploratorio: técnicas cualitativas

3.4.2.2 Grupo focal

3.4.3 Estudio concluyente: técnicas cuantitativas

3.4.3.1 Observación

3.5 Diseño de la guía de grupo focal y de la encuesta

3.6 Muestreo

3.6.1 Tipo de muestreo: Probabilísticos o no probabilísticos

3.6.2 Selección del tamaño de la muestra

3.6.3 Área geográfica del estudio

3.6.4 Tiempo

3.7 Presentación de resultados

3.7.1 Resultados cualitativos

3.7.2 Resultados cuantitativos

4. Plan de marketing para el lanzamientos de nuevos productos

4.1 Análisis estratégico

4.1.1 Estructura de la cultura corporativa: misión, visión, principios y valores

4.1.1.1 Misión

4.1.1.2 Visión

4.1.1.3 Principios y valores

4.1.2 Planeamiento de objetivos: de marketing y de posicionamiento

4.1.2.1 Marketing

4.1.2.2 Posicionamiento

4.2 Desarrollo de la cartera de productos

4.2.1 FODA

4.3 Análisis del comportamiento del consumidor

4.3.1 Análisis del cliente

4.3.1.1 ¿Qué compra? ¿cómo compra? ¿por qué compra? ¿cuándo compra? ¿cuánto compra cada vez? ¿dónde compra? ¿quién compra?

4.3.1.2 Segmentación de mercado y perfil del consumidor

4.4 Posicionamiento

4.4.1 Estrategias de posicionamiento y/o diferenciación

4.5 Marketing mix

4.5.1 Estrategias de producto

4.5.2 Presentación

4.5.3 Características/atributos

- 4.6 Estrategias de branding
 - 4.6.1 Marca
 - 4.6.2 Slogan
 - 4.6.3 Logotipo
 - 4.6.4 Isotipo
 - 4.6.5 Personalidad de marca
- 4.7 Estrategias de precio
 - 4.7.1 Costo+Utilidad
 - 4.7.2 Competencia
 - 4.7.3 Valor percibido
 - 4.7.4 De penetración
- 4.8 Estrategias de promoción de ventas y motivación pacientes
 - 4.8.1 Sorteos, regalos, premios
- 4.9 Estrategias de comunicación
 - 4.9.1 Identificación de la audiencia objetivo y diseño del mensaje
 - 4.9.2 Selección de los canales de comunicación plan de medios
 - 4.9.3 Diseño de publicidad: Tv (video), radio (audio) y prensa (impreso).
 - 4.9.4 Diseño material por: díptico, tríptico, hexagonales, hablador y afiches
 - 4.9.5 Diseño de vallas
 - 4.9.6 Cobranding
- 4.10 Estrategias de distribución: puntos de venta y almacén
 - 4.10.1 Cobertura: numero de PDV y ubicación
 - 4.10.2 Merchandising: diseño de tienda y de perchas
 - 4.10.3 Selección del canal
- 4.11 Estrategias de E-marketing
 - 4.11.1 Web site (home page)
 - 4.11.2 Dirección o URL
 - 4.11.3 ¿Qué contiene?
- 5. Análisis financiero**
 - 5.1 Vida útil del proyecto
 - 5.2 Requerimientos e inversión inicial

- 5.3 Estructura del financiamiento: propio y/o préstamo
- 5.4 Amortización
- 5.5 Determinación del ingreso
- 5.6 Determinación de costos de ventas
- 5.7 Determinación de gastos
- 5.8 Estado de resultados
- 5.9 Flujo de caja
- 5.10 Evaluación financiera
 - 5.10.1 Tasa mínima atractiva de retorno (TMAR)
 - 5.10.2 Tasa interna de retorno (TIR)
 - 5.10.3 Tasa de descuento
 - 5.10.4 Valor actual neto (VAN)
 - 5.10.5 Punto de equilibrio
 - 5.10.6 Recuperación de la inversión: PAYBACK
- 5.11 Análisis de sensibilidad
- 6. Beneficio social**
 - 6.1 Impacto social
 - 6.2 Efectos multiplicadores: empleo, ingresos, desarrollo
 - 6.3 ¿Qué le está entregando el proyecto a la sociedad?
- V. Conclusiones y recomendaciones
- VI. Anexos



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL**

**FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS, ADMINISTRACIÓN,
CONTADURÍA PÚBLICA Y GESTIÓN EMPRESARIAL
INTERNACIONAL**

**SEMINARIO DE GRADUACIÓN DE INGENIEROS
COMERCIALES**

NOVIEMBRE 11, 2010

MATERIA: MARKETING Y PLAN DE NEGOCIOS

PROFESOR: ECON. ERNESTO RANGEL LUZURIAGA, MSc. MKT

CICLO: SEMINARIO



MODELO DE PLAN DE NEGOCIOS PARA LANZAMIENTO DE NUEVOS PRODUCTOS

INTRODUCCION: RESUMEN EJECUTIVO

Se tomo el nombre de Akasha spa por lo que encierra la conexión que este lugar quiere brindar a los posibles clientes; tomando en consideración el significado real de Akasha; que es la energía primordial, encerrando los cuatro elementos; que son Tierra, Agua, Aire y Fuego, recordando que son manifestaciones de la naturaleza.

Akasha spa es una empresa de servicio que ayudará a los visitantes a la liberación de toxinas creadas por el estrés, debido a las complicaciones que trae consigo el vivir una vida rutinaria, el trabajar bajo presión y no tener la valoración adecuada a la salud mental, psicológicas y ambiental, estas son razones por las cuales Akasha spa les dará una sensación de relax por contar con una infraestructura y ambiente ecológico equipado con tecnología; transformando estos servicios de viaje, contacto ecológico y turismo en una renovación interna y de auto motivación.

Akasha spa no solo guardando la naturalidad del ambiente sino también se preocupa de la estabilidad económica de sus futuros clientes motivos por el cual se crean diferentes precios segmentando diferentes tipos de paquetes; premium, clásico y básico.



1. DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO/SERVICIO

1.1. NOMBRE

Plan de negocio para analizar la factibilidad de lanzar un servicio de spa ecológico en Gualaceo.

Su nombre: **Akasha Spa.**



1.2. DESCRIPCIÓN DEL SERVICIO Y SUS BENEFICIOS

En Akasha Spa obtendrá una sensación de relax, bienestar, salud y calidez, en un lugar acogedor, ya que estará en unión muy frecuentemente con la naturaleza, debido a que existirá un acercamiento con el ambiente puro donde el respirar será un placer, debido a

que está fuera de la contaminación, vivirá una mezcla de prácticas milenarias y disciplinas innovadoras, para alcanzar el máximo nivel físico, mental y espiritual.

Estará ubicado en Gualaceo Provincia del Azuay a solo 36 km de Cuenca; es una pequeña y atractiva ciudad situada junto al río de su mismo nombre. Gualaceo es conocido como "El Jardín Azuayo" por su tierra rica en agricultura, y su clima templado. Es uno de los productores de las frutas más importantes en la región.

Akasha Spa estará ubicado en un lugar donde contará con una hectárea aproximadamente, con una desembocadura en uno de sus principales ríos, el río Santa Barbará o San Francisco.

La diferencia con otros lugares de distracción es que aquí encontrará silencio, paz, armonía, relajación en otros lugares podrá encontrar algo parecido pero no lo mismo porque aquí vivirá un contacto con la naturaleza.

Los huéspedes llegarán a Akasha Spa con una vestimenta blanca que será proporcionada por la persona encargada, se frotarán sobre sus puntos de tensión un aceite de aroma relajante para que vayan poniéndose de acorde al lugar de destino, mientras de fondo durante el viaje se colocará música instrumental; llegando al lugar de destino donde serán recibidos; se les brindará un aperitivo a base de proteínas, minerales y frutas; prosiguiendo con un recorrido para enseñarles las instalaciones y decidirán ellos por donde desearían empezar su rutina de relajamiento.

Para que un cliente desee llegar a disfrutar al 100% de su rutina de relajación, es importante que decida olvidarse por completo de todo lo que sucede en su entorno, en el mundo exterior, de los problemas y preocupaciones, debidas a una vida rutinaria, agitada, llena de estrés, sin tener tiempo para distracciones, llegando al extremo de colapsar. Por ende todos estos inconvenientes influyen para que decida ir a Akasha Spa, debido que es un lugar que reúne la armonía que necesitamos en estos tiempos de estrés, contaminación, bulla, fatiga y cansancio; llegando a un lugar maravilloso naturalmente, respirando un aire puro y sólido, sin complicaciones, dispuestos a disfrutar de un servicio de relajación, encuentro de paz interior, una completa desintoxicación espiritual.

Servicios:

- ✓ Brindar una atención personalizada acorde a lo que los huéspedes necesiten.
- ✓ Conectar a cada uno de los clientes con la naturaleza.
- ✓ Brindar momentos de paz interior y de auto-meditación.
- ✓ Brindar toda la confianza para transformar a un cliente estresado en alguien con relajamientos.
- ✓ Ofrecer cómodas y lujosas instalaciones que inspiran la completa armonía entre la salud y la mente.
- ✓ Brindar toda la confianza para transformar a un cliente estresado en alguien con relajamientos.

Beneficios:

- ✓ Gracias al tratamiento de “Akasha Spa”, se consigue la relajación muscular, por lo que las dolencias de este tipo se remiten y tienden a mejorar. Desde lumbagos, pasando por cualquier dolor de espalda, dolores musculares o torceduras de cualquier tipo.
- ✓ Se determina como mejora psíquica: la persona que consigue centrarse en su propio cuerpo, en su propia mente, aislarse del exterior, por lo que se aleja de sus problemas del día a día y al sentirse cómodo y relajado
- ✓ Eliminar la tensión y fatiga, estableciendo un maravilloso equilibrio emocional.
- ✓ Dejar en el corazón de nuestros huéspedes una experiencia de armonía consigo mismo y la naturaleza.
- ✓ Proponer un lugar de vanguardia, lleno de paz y energía vital.
- ✓ Una mezcla de prácticas milenarias y disciplinas innovadoras, para alcanzar el máximo nivel físico, mental y espiritual.

- ✓ Combinación de tecnología y experiencia profesional para el cuidado de nuestros huéspedes.
- ✓ Proporcionar a las personas un lugar diferente donde se puedan encontrar directamente con la naturaleza y compartir esa sensación y placer de estar rodeados de un lugar libre de contaminación.

1.3. MARCO CONCEPTUAL

Para llevar a cabo el marco conceptual de Akasha spa ha sido necesario utilizar técnicas de investigación de mercados; como encuestas y grupo focal, estrategias de precios para poder lograr vender los paquetes turísticos en precios asequibles en el mercado ha donde está fijado nuestro servicio.

La metodología financiera para encontrar la factibilidad económica del proyecto, teorías administrativas para el análisis de la organización, organigrama y funciones de los empleados, y FODA de Akasha spa.

1.4. OBJETIVOS DEL PROYECTO

1.4.1 GENERAL

Mostrar las diferentes características de infraestructura envuelto en un ambiente natural.

1.4.2 ESPECIFICOS

- ✓ Llegar a un acuerdo con la carrera de hotelería y turismo de las universidades: UESS, Santa María, Técnica Particular de Loja, UCSG para enseñar la cultura natural del spa, mostrar los atractivos de la provincia de Azuay enfocándose en Gualaceo.
- ✓ Organizar paquetes turísticos para ser promocionados para los clientes de los hoteles: Oro Verde, Gran Guayaquil, Sheraton, partiendo de un intercambio de publicidad teniendo ellos precios preferenciales para sus clientes.

- ✓ Realizar un contrato de beneficios (como compensación empresarial por cumplimiento de objetivos.) Omnilife, Grupo Equilibrium.
- ✓ Realizar un convenio de disponibilidad vehicular de mínimo 2 furgonetas los fines de semanas. con la empresa Cop-transport S.A. para así poder transportar a los futuros clientes.

1.5 ¿QUE NECESIDAD SATISFACE?

Descanso: Actividad que ayuda a olvidarse de problemas y ayuda también a pensar en lo positivo de las cosas que ofrece la vida apartándolo de las actividades rutinarias, actividad realizada de manera libre y espontánea, en nuestro tiempo libre y que nos genera bienestar físico, espiritual, social.

Relajación: Técnicas a base de ejercicios corporales y respiratorios para conseguir la distensión muscular y nerviosa, tensión de algo, reposo físico y mental.

Estrés: Alteración física y psíquica de un individuo por exigir a su cuerpo un rendimiento superior al normal.

La sociedad ha evolucionado de tal forma que se obliga a vivir a una gran velocidad limitando el descanso del cuerpo, mente y espíritu. Promoviendo una rutina que esta podría ser: “de casa al trabajo, del trabajo a casa” haciendo del tiempo una parálisis cotidiana colocando como prioridad el estrés y opcional el relajamiento.

Por todo ello, surge la necesidad de promocionar un lugar donde los huéspedes encuentren la armonía del cuerpo, la mente y espíritu ya que esta armonía no se encuentra en lujos, ni gastando miles de dólares, sino volviendo a la naturaleza, eliminando las emociones reprimidas, descargando energías negativas, mimándole a nuestro cuerpo y acariciando nuestra alma.

Es por ello que vamos a brindar atención personalizada en Akasha Spa donde usted vivirá una sensación de relax, bienestar, salud y calidez, en un lugar acogedor que respeta los aromas y detalles del ambiente.

1.6 SEGMENTO DE MERCADO

Esta dirigido a personas que se sientan cansadas, estresadas, fatigadas e inconformes de visitar lugares que se hacen llamar de relajación y no se encuentran en contacto directo con la naturaleza, no existe el silencio para que los visitantes entren en un estado de relajación, reflexión, paz, tranquilidad, placer al escuchar y ver la hermosura del contacto con la naturaleza en las instalaciones.

Por consiguiente, hemos optado por brindar este servicio a diferentes tipos de personas, entre las cuales tenemos:

- ✓ Parejas
- ✓ Familias
- ✓ Amigos
- ✓ Hermanos
- ✓ Persona Sola
- ✓ Ejecutivos
- ✓ Estudiantes

Convenios con alumnos que estén por culminar el bachillerato, para que puedan visitar luego de una culminación de año escolar o día de integración para ofrecer días de descansos y relajación; universidades en la facultad; de hotelería y turismo, se los invita a todos a regalarse, disfrutar del contacto con la naturaleza para sí mismos o a sus seres queridos un momento de placer, bienestar y paz en nuestro Akasha spa. Relájese y viva la experiencia.

1.7 ETAPA EN EL CICLO DE VIDA DEL PRODUCTO

- ✓ Etapa de INVESTIGACIÓN Y DESARROLLO debido a que es un lugar nuevo que vamos a promocionar en el mercado lo cual está lleno de naturaleza, cero contaminaciones, relajamiento y frescura.

1.8 COMPETIDORES DIRECTOS/INDIRECTOS

✓ Directos

- Hoteles que brindan el servicio de tour en la localidad o que a su vez tienen servicio de masajes.
- Diferentes Spa que ofrecen servicios similares.

✓ Indirectos

- Visitas turísticas en lugares no conocidos
- Salones de Belleza

1.9 ALIADOS ESTRATÉGICOS

Proveedores de Materiales

Los proveedores son los siguientes:

- De cremas corporales, aceites, velas, inciensos y aromas.

Aromansse S.A.

La Fragancia S.A.

Natural Essence

- Equipamiento de dormitorios:

Serveplest,

Dormi-Leon

Confort S.A.

- Mobiliario

El Maderero

Bambú S.A.

Villegas S.A.



- Construcción (Rocas y Barros)

Las piedras del futuro “RV”

El Volcán Ardiente.

Peñascos S.A.

Cada uno de los proveedores debería ser de acuerdo a que servicios dentro del spa vamos a brindar.

Aceites naturales: Almendras: vainilla, coco, manzanilla, girasol, frutas tropicales.

Velas aromáticas.

Cremas naturales

Incensos.

Rocas volcánicas.

Música instrumental.

Ambientales.

Minerales consumidos mediante el tratamiento de desintoxicación iónica.

Barro.

Flores y pétalos.

Proveedores de Transportación

- Cop-transport S.A.
- Buen Viaje
- Districar

Tener a disposición 3 furgonetas familiares con choferes a disposición de transportar a los clientes en diferentes horarios, durante el viaje se le aplique el cambio de ropa ligera por la que carga puesta, aplicación de aceites; para que el cliente entre en ambiente de relajación, ponerle música instrumental para que al momento que llegue al spa ya exista

la conexión de relajación y así se le haga más fácil al cliente disfrutar de los beneficios que brindan nuestras instalaciones.

1.10 ASPECTOS ECONÓMICOS

1.10.1 PIB, PIB PER CÁPITA, INFLACIÓN, SUELDOS Y SALARIOS, CANASTA BÁSICA Y CANASTA DE LA POBREZA

ASPECTOS ECONOMICO	
PIB	\$ 24.119.453,00
PIB PER CÁPITA	\$ 3.714,52
SUELDOS Y SALARIOS	\$ 279,85
CANASTA BASICA	\$ 541,82
CANASTA DE LA POBREZA	\$ 387,35

1.10.2 POBLACION : PAIS, PROVINCIA Y CIUDAD

POBLACION	
ECUADOR	13,943.072,00
GUAYAS	3,432.446,00
GUAYAQUIL	2,461.463,00

1.10.3 CREDITOS PARA EL SECTOR MICROEMPRESARIAL: MONTOS Y COSTOS

SECTOR

MICROEMPRESARIAL

MONTOS	Hasta el 70% proyectos nuevos. Hasta el 100% proyectos de ampliación. Hasta el 60% proyectos de construcción para la venta. Desde \$ 10.000 Valor a financiar (en porcentajes de la inversión total): El monto máximo será definido de acuerdo a la metodología de riesgos de la CFN.
COSTOS	Capital de trabajo: 10.5% Activos fijos: 10.5% hasta 5 años 11% hasta 10 años

1.10.4 TASAS DE INTERÉS

TASA DE INTERES

Tasa Activa referencial productos PYMES	11.32%
--	--------

1.10.5 RESERVA MONETARIA INTERNACIONAL, BALANZA COMERCIAL, REMESAS

RESERVA MONETARIA INTERNACIONAL	\$ 3,451.1 millones
BALANZA COMERCIAL	\$ - 1.213,44 millones
REMESAS	\$ 612.048,70

2 ESTUDIO DE FACTIBILIDAD TÉCNICA DEL PROYECTO

2.1 MATERIA PRIMA REQUERIDA

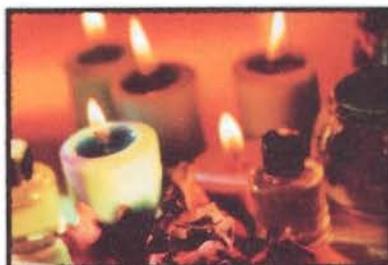
Aceites naturales.

Los aceites naturales son mezclas de varias sustancias químicas bio-sintetizadas por las plantas, que dan el aroma característico a algunas flores, árboles, frutos, hierbas, especias, semillas y a ciertos extractos de origen animal. Se trata de productos químicos intensamente aromáticos, no grasos (por lo que no se enrancian), volátiles por naturaleza (se evaporan rápidamente) y livianos (poco densos). Son insolubles en agua, levemente solubles en vinagre, y solubles en alcohol, grasas, ceras y aceites vegetales. Se oxidan por exposición al aire. Se han extraído más de 150 tipos, cada uno con su aroma propio y virtudes curativas únicas.



Velas aromáticas.

Las velas son relacionadas con el romanticismo y la decoración de espacios, estos antiguos cilindros de cera son fuente de energía y conexión con lo divino, las velas son poderosas fuentes de poder en la metafísica. La imagen de una pequeña llama encendida a partir de una mecha y cera fría conlleva una fuerte carga simbólica que ha atravesado generaciones y civilizaciones. Icono representativo de la vida y la energía.



Cremas naturales.

La utilización de las cremas naturales se hace básicamente con el objetivo de proporcionar a las pieles, una recuperación en diversos aspectos; no obstante cada tipo de piel es diferente lo que por ende significa que no todas las cremas de este tipo tendrán los mismos efectos en todas las pieles; por ello la elaboración de diversos tipos de cremas naturales a partir de diversos elementos generalmente como la avena, el aguacate y hasta el germen de trigo.



Inciensos.

Su acción de limpieza es extremadamente profunda. Libera de la represión, restricciones y sucesos o situaciones indeseables; elimina el dolor, las dificultades, las preocupaciones y las aflicciones; propicia el logro exitoso de objetivos liberando de relaciones indeseables.

Elimina influencias negativas, malignas o indeseables. Limpia a las personas, los lugares o las cosas del mal y de la negatividad; rompe con maldiciones o hechizos, devuelve los hechizos al emisor. Se recomienda para utilizar en personas, lugares y objetos que puedan haber sido objeto de trabajos anteriores.



Rocas volcánicas.

Una roca volcánica suele presentar textura afanítica con los fenocristales rodeados por una pasta de grano muy fino, generalmente microscopio. A menudo, se caracterizan por la presencia de vidrio (materia amorfa) debido a que su enfriamiento es muy rápido. Son frecuentes las texturas fluidales y las burbujas producidas por el escape de gas.



Música instrumental.

El ritmo musical, las melodías y la armonía musical estimulan varias áreas particulares del cerebro, lo cual sugiere que la música puede ser utilizada para ayudar en casos de problemas del habla y en varios tipos de problemas intelectuales vinculados a la vez con el cerebro y con los sonidos.

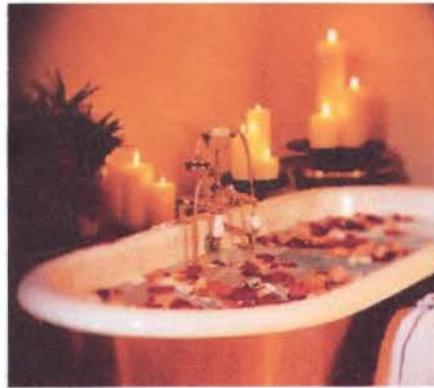
Los mapeos cerebrales mostraron que algunas partes definidas del cerebro responden especialmente a la música armónica pero no a los sonidos más brutos, vinculados a los ruidos fuertes e inarmónicos. Cuando, en el estudio mencionado, se pasaba de música placentera y armoniosa a una música menos placentera y más ruidosa, las áreas mencionadas dejaban de mostrar actividad en un área específica del cerebro.



Ambientales.

La función del ambientador es la de rodear a una persona, situación, lugares de notas evocadoras de algún medio social, época o lugares determinados. En definitiva podemos decir que tienen la función de aromatizar el ambiente. Hay que destacar que la clave y la esencia del ambientador es el perfume, es decir, el ambientador nace como consecuencia del perfume.

El ambientador desprende varios tipos de perfumes y de diferentes olores y estos consiguen despertar los sentidos del ser humano tranquilizando y relajando su mente, permitiendo la claridad y la inspiración de este. Cuando el sentido del olfato del ser humano percibe un olor, una fragancia agradable, es ahí donde nuestra función nasal trabaja todavía más.



Minerales consumidos mediante el tratamiento de desintoxicación iónica.

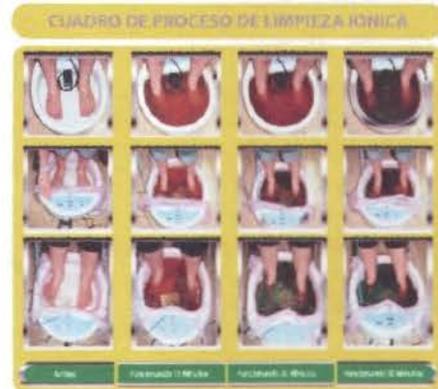
La limpieza iónica permite desintoxicar y reequilibrar energéticamente el organismo. Su acción se basa en la ionización y magnetización de la solución salina que se utiliza en él, mediante electrólisis, solución que al entrar en contacto con el cuerpo, lo estimula mejorando sus funciones.

La limpieza iónica, trabaja a nivel electrolítico, activando un proceso llamado “ionización”, mediante el cual se rompen las moléculas del agua en que han sido sumergidos los pies, separándolas en miles de iones. Una gran cantidad de aniones penetran las diferentes membranas del cuerpo y al encontrarse



con iones de carga positiva, generadores de toxinas adheridas a los diferentes tejidos corporales como piel, órganos, los desintegran, quedando así neutralizada la carga positiva de las toxinas o cationes, estas se desprenden de los tejidos a los cuales están adheridas y son extraídos del cuerpo por Osmosis facilitada a través de los pies.

Al introducir los pies en agua con sal, el cuerpo comienza a depurarse y al reconocer la desintoxicación que se está realizando coopera fortaleciendo el metabolismo, acelerando la actividad celular, segregando varias clases de enzimas y acelerando la eliminación de toxinas en órganos excretorios como: vejiga, hígado, intestinos. Además de lograr eliminar una gran cantidad de toxinas del cuerpo lo proveerá de aniones, haciéndolos sentir sanos, relajados y activos.



COLORES Y OBJETOS EN EL AGUA		
El color y la partícula	Area de cuerpo con toxinas	Síntomas y residuos
Amarillo Claro	Sistema Nervioso	Estrés, cansancio, fatiga crónica
Verde amarillo	Riñon, vejiga, zona urinaria, área de la próstata y área genital	Enfermedades femeninas, del riñon o de la próstata
Verde	Sistema inmunológico, sistema digestivo	Residuos nocivos, recambio celular
Verde oscuro	Vesícula biliar	Bilis
Naranja	Articulaciones y sistema sanguíneo	Artritis, reumatismo, gota (ácido úrico)
Marrón	Hígado, pulmones	Residuos grasosos, tabaco, alquitrán recambio celular
Negro	Hígado, vesícula biliar, pulmones	Residuos grasosos, tabaco, alcohol, asma, metales pesados
Gris	Sangre, pulmones piel	Metales pesados, residuos tóxicos
Manchas negras	Sangre, pulmones, piel	Metales pesados y residuos nocivos del aire
Manchas rojas	Material de coágulo de la sangre	Acumulación en los trombos, contusiones
Blanco con espuma	Grasas y drenaje del sistema linfático	Insomnio, alergia de la piel
Blanco con partículas	Sangre y sistema linfático	Levaduras, grasas, flatulencia, dolor de cabeza, sueño disturbado

Barro.

En cuanto a los beneficios que aporta el barro a nuestra piel, se pueden encontrar una mayor cobertura de defensa contra los ataques medioambientales, como rayos ultravioleta, contaminación, el viento y el sol. También nos puede beneficiar en cuanto a problemas hormonales, estrés, incluso a agresiones provocadas por productos mal aplicados o inadecuados para nuestra piel, o el simple desgaste de nuestro PH.



Flores y pétalos.

Las flores y sus pétalos no sólo tienen una función decorativa porque además de embellecer el entorno favorecen nuestra salud, estado de ánimo y calidad de vida, gracias a sus propiedades físicas y químicas. Por eso, al cuidarlas no sólo beneficiamos a la naturaleza sino a nosotros mismos.

Es un estimulante sano y natural que es absolutamente sano y habitual, lo cual sienta las bases para la cromoterapia y la aromaterapia, técnicas que ratifican que la influencia de los aromas y los colores incentivan una sensación de bienestar en las personas.





2.2 PROCESO DE PRODUCCIÓN

El proceso de producción de acuerdo a los servicios que vamos a ofrecer, está dado de la siguiente manera:

- Cliente: Momento en el que se decide que paquete turístico va a comprar para su liberación de tensión.
- Ofrecer información: Donde se detalla los diferentes paquetes de acuerdo a las necesidades que tenga el cliente
- Decisión del cliente: Elección definitiva y modo de pago.
- Programación de la fecha del viaje
- Itinerario
- Traslado a las instalaciones:
 - Punto de encuentro
 - Preparación pre-estimulante a la relajación y desintoxicación (contacto con la naturaleza).
 - Cambio de vestimenta
 - Aplicación de aceites y fragancias
- Viaje
- Llegada a Akasha Spa
- Alimentación
- Alojamiento (según servicio obtenido)
- Desarrollo del itinerario:

Se comienza por la desintoxicación interna (caminata del alma) donde se encuentran 7 puntos importantes para la renovación del ánimo detallada a continuación:

1.- “El desecho”: es aquí donde se va a recordar todo lo que no sirve de cada una de los momentos vividos y se mira directamente la ronda se da una vuelta y se continua con el sendero. A su vez se pueden escribir y se las deja en papel en medio de la ronda cada luna llena de cada mes ésta será quemada, para su purificación.

2.- Cuadros de reflexión: éstos son mensajes que se encontraran a lo largo del camino, con el fin de encontrar respuestas sinceras y desatar una valoración real de la vida actual.



3.- La cumbre del grito: recuerde todo aquello que su mente no olvida, aquello que lo impide progresar, las penas, llanto dolor; cuando vea que todo está cargado en su recuerdo mire hacia las montañas y grite lo más fuerte que pueda la concentración está basada en la libertad del alma.

4.- El purgatorio: Limpieza sentimental, habitual o laboral. Eliminar todo arrepintiéndose de actos que de alguna manera ha perjudicado directa o indirectamente a los demás, o a usted mismo. Autoevaluación.

5.- Muro del perdón: es pedirse perdón por lo malo que se halla ocasionado con/sin intención pero en silencio solo utilizando la mirada. Se considera:

Si se encuentra en pareja: se deben coger las manos en señal de dar y recibir (una encima de la otra)

Si esta solo o en unión familiar amigos: Mirarse fijamente y en silencio pedir perdón.

6.- La casa del viento: Las palabras son de aire por lo cual se considera que hay cosas que tenemos presentes pero que jamás decimos. Aquí se llama mentalmente todo lo positivo y las visiones a futuro.

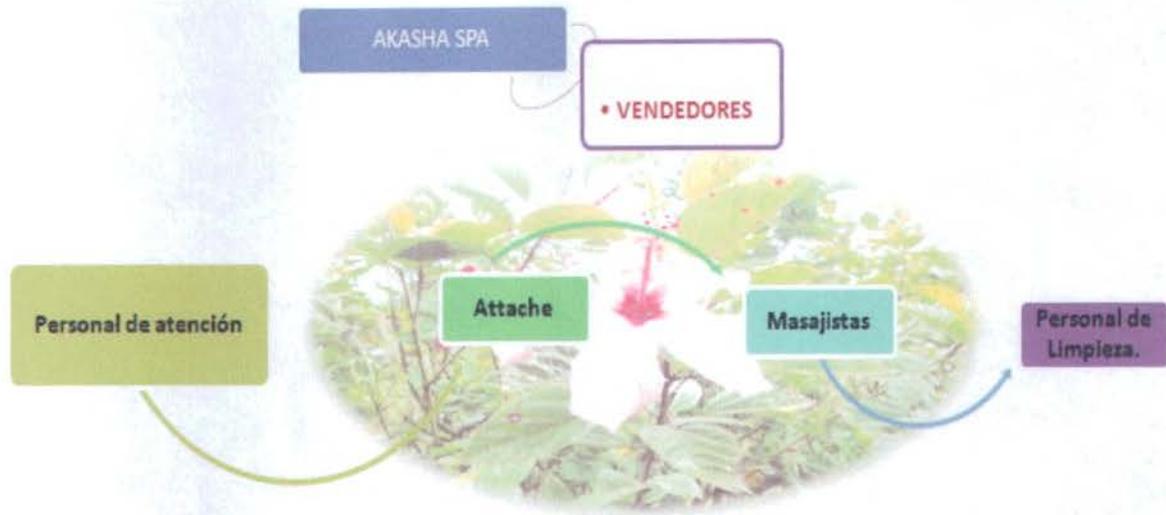
7.- Fuente de la felicidad: Es un camino en el cual se puede pasar en pose de “gateo bebe” o caminando. Éste camino se encuentra con 45 cm de agua en el cual se define que cada persona es completamente libre de todo aquella carga negativa y estrés; dispuesto a llenarse de felicidad y valorar el contacto natural de Akasha Spa

- Retorno
- Agradecimiento por participación
- Evaluación del servicio
- Recomendaciones y sugerencias.

2.3 REQUERIMIENTOS DE MANO DE OBRA:

Para el requerimiento de la mano de obra en Akasha Spa primero se analiza los servicios que se va a ofrecer, a cuántas personas atenderá a diario para poder saber cuál va a ser el personal que vamos a necesitar.

Lo cual lo detallamos a continuación:



- Masajistas: 5
- Guías de servicios: 2
- Personal de limpieza: 5
- Vendedores: 4
- Transportistas: 3

Personal: Puede iniciar con un administrador, una recepcionista, dos terapeutas y una persona encargada de la limpieza.

2.4 DESCRIPCIÓN DE LA INFRAESTRUCTURA NECESARIA

La infraestructura de Akasha Spa cuenta con equipos e inmobiliario porque es una empresa de servicio, no cuenta con maquinaria porque no es una empresa que ofrece productos.

2.4.1. MAQUINARIA: Por ser una empresa que brinda servicios intangibles no se requiere de maquinaria para el proceso de producción

2.4.2. EQUIPOS.

Equipos	N° de Equipos
Camas térmicas	6
Camas de masaje hidráulicas	6
Sillones	5
Mesas Auxiliares	12
Casilleros	10
Equipo de Computo	3
Línea Telefónica	3

2.4.3. ESPACIO FISICO.

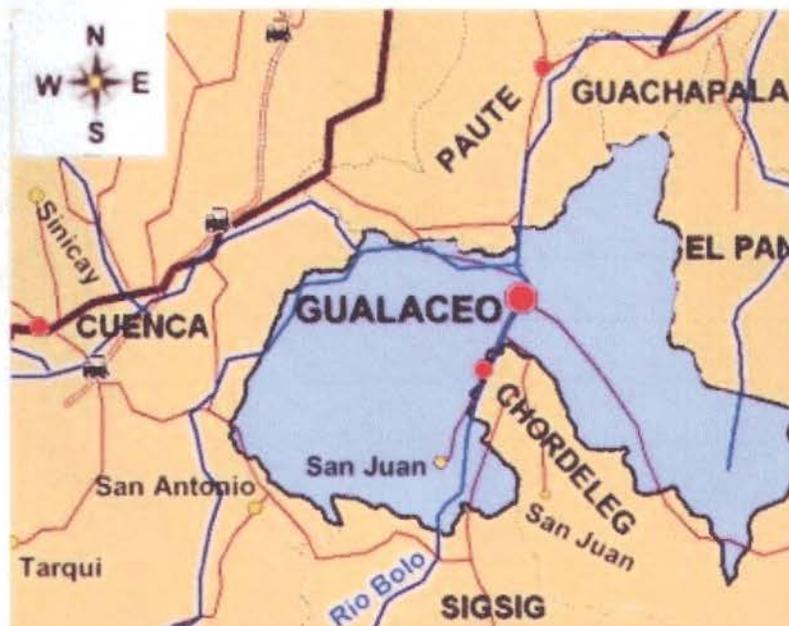
El Spa Akasha va a tener una dimensión de dos hectárea.

2.4.4. UBICACIÓN:

Gualaceo - ECUADOR

Nombrada ciudad “Patrimonio Nacional de la Nación” por su arquitectura colonial el año 2.002.

El Spa Akasha está ubicado a tanto solo 36 Km de Cuenca



Limites: Al norte por los cantones Paute y Pan; Sur por el cantón Chordeleg y Sigsig; al este con la provincia de Morona Santiago y al oeste el cantón Cuenca.

2.4.5. PERMISOS.

Permisos Municipales



RUC;

Certificado de Seguridad del Cuerpo de Bomberos; y

Cédula

El impuesto anual por la patente es de US\$ 0.70. Pero esta patente no le concede autorización para el funcionamiento de su microempresa. Requiere luego pagar la “Tasa de Habilitación” cuyo valor depende del tipo de negocio y capital declarado.

Certificado de seguridad del cuerpo de bomberos

Es obligatorio obtener el certificado, para lo cual es necesario comprar un extintor y pagar un valor económico que depende del local comercial. El cuerpo de bomberos de Guayaquil es autónomo y no depende del Ministerio de Bienestar Social o del Municipio de dicha ciudad.

Registro Sanitario

Es obligatorio obtener el Registro Sanitario cuando se elaboran productos alimenticios procesados.

Trámite previo para obtener el registro sanitario:

Obtención previa del informe técnico favorable en virtud de un análisis de control y calidad; y,

Obtención previa de un certificado de buenas prácticas de manufactura para la planta procesada.

Trámite para la obtención del Registro Sanitario:

Presentar la solicitud a la autoridad de salud en el formulario único con tres copias, que contiene lo siguiente:

Nombre o razón social del solicitante;

Nombre completo del producto;

Ubicación de la fábrica (ciudad, calle, número, teléfono);

Lista de ingredientes utilizados (incluyendo ingrediente). Los ingredientes deben declararse en orden decreciente de las proporciones usadas;

Número de lote;

Fecha de elaboración;

Formas de presentación del producto, envase y contenido en unidades del sistema internacional, de acuerdo a ley de pesas y medidas, y tres muestras de etiquetas de conformidad a la norma inen de rotulado;

Condiciones de conservación;

Tiempo máximo para el consumo; y,

Firma del propietario o representante legal y del representante técnico, debidamente registrado en el Ministerio de Salud.

2.4.6. CAPACIDAD DE ATENCIÓN

Akasha Spa atenderá a 30 personas por día, en los distintos departamentos, por gozar de estructura amplia se podría aumentar el número de personas en el recorrido del encuentro natural.

2.5 SITUACIÓN ACTUAL DE LA EMPRESA EN EL MERCADO

2.5.1. ASPECTOS LEGALES.

TIPO DE EMPRESA

La organización está enfocada a una empresa de servicios.

Empresa de Servicio.

Las empresas de servicio ofrecen productos intangibles y pueden tener fines lucrativos o no lucrativos.

Empresa Limitada

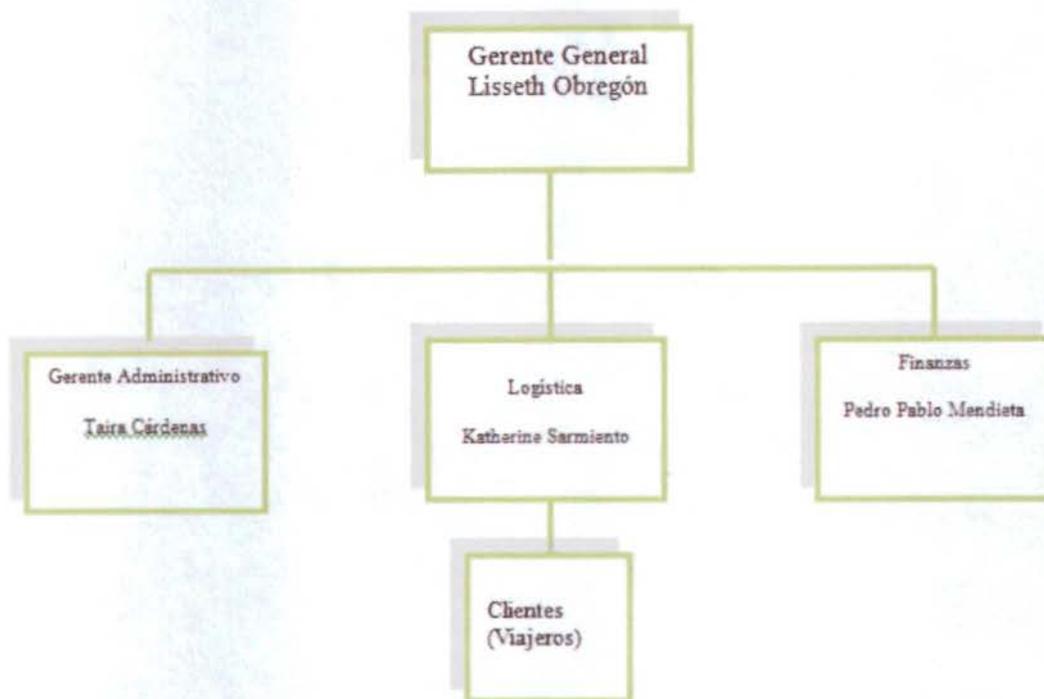
Es aquella que está conformada por socios. Akasha Spa está conformada por 4 socios:

- Taira Cárdenas
- Lisseth Obregón
- Katherine Sarmiento
- Andrés Quintana

SOCIOS	APORTACION
• TAIRA CARDENAS	30%
• LISSETH OBREGON	30%
• KATHERINE SARMIENTO	25%
• ANDRÉS QUINTANA	15%

2.5.2. PARTE ADMINISTRATIVA:

ORGANIZACIÓN, ORGANIGRAMA, PERSONAS Y FUNCIONES



Gerente general.

Funciones

- ✓ Escoger todas las posiciones gerenciales.
- ✓ Realizar evaluaciones periódicas acerca del cumplimiento de las funciones de los diferentes departamentos.
- ✓ Planear y desarrollar metas a corto y largo plazo junto con objetivos anuales y entregar las proyecciones de dichas metas para la aprobación de los demás gerentes.
- ✓ Coordinar con las oficinas administrativas para asegurar que los registros y sus análisis se están ejecutando correctamente.
- ✓ Crear y mantener buenas relaciones con los clientes, gerentes corporativos y proveedores para mantener el buen funcionamiento de la empresa.

Perfil

- Edad: 25 - 35 años
- Sexo: Mujer
- Estudios:
 - Bachiller en Ciencias Contables
 - Superior: Economía
- Experiencia y conocimientos:
 - 4 años en el área de administración, gerencia.
 - Operar sistemas de cómputo y comunicación para el proceso de la información financiera
 - Aplicar sus conocimientos en forma crítica en el análisis e interpretación de estados financieros.
- Destrezas:
Responsable, honesto, trabajar en equipo, delegar funciones
- Área: Gerencial o Administrativa
- Tipo de puesto de trabajo: Tiempo Completo

Gerente administrativo.

Funciones

- ✓ Llevar a cabo la planeación, ejecución y control de todas aquellas actividades relacionadas con las ventas.
- ✓ Calcular la demanda y pronosticar las ventas: Este proceso es de vital importancia y deber realizarse con orden de forma que primero se calcula cual es la demanda real del mercado.

Perfil

- Edad: 25 - 35 años
- Sexo: Mujer



- Estudios:
 - Bachiller en Ciencias Contables
 - Superior: Ingeniería Comercial
- Experiencia y conocimientos:
 - 3 años en el área de administración, gerencia.
 - Analizar las tendencias financieras que se han desarrollado.
 - Operar sistemas de cómputo y comunicación para el proceso de la información financiera
 - Aplicar sus conocimientos en forma crítica en el análisis e interpretación de estados financieros.
- Destrezas:
Responsable, honesto, trabajar en equipo, delegar funciones
- Área: Gerencial o Administrativa
- Tipo de puesto de trabajo: Tiempo Completo.

Logística

Funciones

- ✓ Control y distribución de servicios y clientes.
- ✓ Fabricación y bienestar de servicios.
- ✓ Limpieza de áreas dentro y fuera del Spa.

Perfil

- Edad: 25 - 35 años
- Sexo: Mujer
- Estudios:
 - Bachiller en Comercio
 - Superior: Ingeniería Comercial
- Experiencia y conocimientos:
 - 4 años en el área de administración, y logística.
 - Analizar las tendencias de distribución que se han desarrollado.

- Operar sistemas de cómputo y comunicación para el proceso de la información logística.
- Destrezas:
Responsable, honesto, trabajar en equipo, delegar funciones
- Área: Logística
- Tipo de puesto de trabajo: Tiempo Completo.

Finanzas

Funciones

- ✓ Atender el cobro del servicio al cliente
- ✓ Manejo de la caja
- ✓ Presentar el flujo de caja de forma diaria.
- ✓ Conocer todos los servicios que se ofertan en el punto de venta según corresponda al tipo de servicio.
- ✓ Atender de forma eficiente las quejas y solicitudes de los clientes.
- ✓ Solicitar adecuadamente al cliente la información referida y de acuerdo con esto cobrar en la moneda o formas de pagos autorizadas.
- ✓ Responder durante la jornada laboral por el fondo de cambio y la recaudación diaria tomando las medidas que garanticen la no existencia de sobrantes ni faltantes en la caja.
- ✓ Cumplir con las orientaciones que regulan las operaciones de la caja.

Perfil

- Edad: 21 -28 años
- Sexo: Masculino
- Estudios:
 - Bachiller en Ciencias Contables
 - Superior: Administración de Empresas
- Experiencia y destrezas:
 - 2 años en el área.



- Manejo de dinero y valores
- Atención. Concentración
- Habilidades comunicativas.
- Habilidades numéricas. Aptitud para el cálculo y operaciones con números

Tipo de puesto de trabajo: Tiempo Completo

2.5.3. MISIÓN.

Ofrecer una gama de alternativas y soluciones tanto en disminución de tensión como asesorías para una eficiente operación en relajamiento. Convirtiéndonos en un ideal para contribuir y colaborar con el excelente servicio que presta Akasha spa, con servicios adicionales que ningún otro centro puede ofrecer debido a su infraestructura.

2.5.4. VISIÓN.

Es el compromiso de entregar oportunamente el servicio requerido, a través de la responsabilidad que nos caracteriza por suplir sus necesidades.

2.5.5. VALORES.

- Innovación
- Compromiso
- Calidad
- Seguridad
- Satisfacción al cliente

2.6 DISEÑOS DE PLANTA, INFRAESTRUCTURA E IMÁGENES DE MAQUINARIAS

- **Infraestructura:** De acuerdo al tipo de proyecto que se desea lanzar al mercado, se ha decidido que la mejor opción al nivel de infraestructura es una totalmente natural, construido con madera.



Imágenes de maquinarias: Estos serán los equipos que vamos necesitar en Akasha spa de acuerdo a los servicios que tiene establecido brindar



Camas Térmicas



Camas de masaje hidráulicas



Sillones



Mesas Auxiliares



Casilleros



Equipos de Computo

Líneas Telefónicas



Plano del Spa: De acuerdo a la infraestructura que se está estableciendo, este sería el plano de Akasha Spa



3 ESTUDIO DE MERCADO: PROCESO DE INVESTIGACION DE MERCADOS

3.1 INFORMACIÓN SECUNDARIA (RECOPIACIÓN DE INTERNET, REVISTAS, PERIÓDICOS, VISITAS A SUPERMERCADOS):

3.1.1 ANALISIS DE LA COMPETENCIA

En el cantón de Azuay existen muchos lugares turísticos que podemos visitar, tales como provincias y cantones, en donde se encuentran spas dedicados a brindar este tipo de servicios son: Dharma spa, Venecia spa, Io-spa los cuales gozan de aceptación y tienen probablemente un segmento de mercado bien establecido; sin embargo no ofrecen una estructura natural en el cual se profundiza cada terapia de relajación.

3.1.2 DIAGNÓSTICO ACTUAL DEL MARKETING MIX DE LA COMPETENCIA.

- **DHARMA SPA.-** En un spa especializado en tratamiento de restauración donde tu piel retrocederá en el tiempo, porque se utiliza diferentes equipos que ayudan a la regeneración celular, reparación de pieles deshidratadas, manchas, problemas de acné y envejecimiento de la piel.

A continuación se detallan precios de los diferentes paquetes de servicios que brinda Dharma spa:

<p>★ Fresco y Básico - \$51.52</p> <ul style="list-style-type: none"> ★ Facial (45 min) ★ Baño de vapor ★ Manicure ★ Pedicure ★ Cepillado 	<p>Novia Ideal Dharma Spa - \$229.60</p> <ul style="list-style-type: none"> ★ Baño de luna ★ Facial + Soli-Tone ★ Masaje relax ★ Baño de vapor ★ Manicure y pedicure francés ★ Depilación pierna y bikini ★ Hidratación capilar ★ Hidratación de manos ★ Cepillado ★ Aplicación de maquillaje 	<p>Dharma Spa Día Completo - \$145.60</p> <ul style="list-style-type: none"> ★ Masaje relax ★ Vapor o Solarium ★ Contorno de ojos + facial ★ Manicure ★ Pedicure ★ Aplicación de maquillaje ★ Hidratación capilar ★ Cepillado de cabello ★ Lunch
<p>Tu Nuevo Yo - \$168.00</p> <ul style="list-style-type: none"> ★ Facial + Soli-Tone ★ Baño de luna ★ Baño de vapor ★ Spa manicure ★ Spa pedicure ★ Tratamiento capilar ★ Cepillado de cabello ★ Lunch 	<p>Una Nueva Mama - \$112.00</p> <ul style="list-style-type: none"> ★ Facial (45 min) ★ Manicure spa ★ Pedicure spa ★ Masaje relax ★ Hidratación capilar ★ Baño de vapor 	<p>Dharma deluxe - \$156.80</p> <ul style="list-style-type: none"> ★ Soli-Tone / Facial ★ Baño de vapor ★ Spa manicure ★ Spa pedicure ★ Hidratación corporal (30 min) ★ Hidratación capilar ★ Cepillado de cabello ★ Maquillaje de ojos ★ Lunch

Para él - \$104.16

- ★ Masaje relax
- ★ Manicure
- ★ Facial (45 min)
- ★ Tonificación muscular
- ★ Baño de vapor
- ★ Corte de cabello
- ★ Tratamiento capilar
- ★ Cocktail

Fiesta para ella - \$ 100.80

- ★ Facial + Soli-Tone
- ★ Baño de vapor
- ★ Hidratación de manos
- ★ Manicure y pedicure
- ★ Aplicación de maquillaje y lifting ampolla
- ★ Cepillado de cabello
- ★ Cocktail

De cabeza a pies - \$96.32

- ★ Facial + Soli-Tone (75 min)
- ★ Manicure
- ★ Pedicure
- ★ Cepillado de cabello
- ★ Maquillaje de ojos
- ★ Solarium
- ★ Tratamiento capilar

Dharma Medio día - \$78.40

- ★ Facial + Soli-Tone (75 min)
- ★ Masaje (65 min)
- ★ Baño de vapor
- ★ Manicure + Hidratación de manos
- ★ Cepillado + Hidratación de cabello

Frescura Total - \$100.80

- ★ Facial (45 min) + Soli-Tone
- ★ Shiatsu
- ★ Baño de vapor
- ★ Pedicure spa
- ★ Cocktail

Tú y Yo - \$140.00

- ★ 2 Faciales
- ★ 2 Masajes relax
- ★ 2 Manicure
- ★ 2 Baños de vapor

SERVICIOS

DharmaSalón

Hair & Nail Care

	Corto	Medio	Largo
Corte	\$ 13.44	\$ 16.80	
Cepillado	\$ 13.44	\$ 15.68	
Cepillado + moño	\$ 28.00	\$ 33.60	\$ 35.00
Proceso de un color	\$ 39.20	\$ 44.80	
Correcciones de color	\$ 39.20		
Tratamientos hidratantes	\$ 28.00		
Gloss/Shade/Celofán	\$ 28.00		
Hi-lightinings parte	\$ 33.60	\$ 44.80	
Hi-lightinings total	\$ 39.20		
Permanente	\$ 39.20	\$ 50.40	
Relaxer/alisado	\$ 39.20	\$ 50.40	
Extensiones de cabello (previo diagnóstico)			

Cuidado Pies y Manos

Manicure	\$ 6.72	
Pedicure	\$ 8.96	
Spa manicure	\$ 11.20	\$ 16.80 c/mascarilla hidratante
Spa pedicure	\$ 22.40	\$ 28.00 c/mascarilla hidratante
Pintado de Uñas	\$ 4.48	

Uñas Acrílicas, Seda y Cristal

	Manos
Set completo	\$ 33.60
Rellenos	\$ 20.16
Extensiones	\$ 22.40
Bajada de Bordes	\$ 11.20
Parque de Uñas	\$ 5.60
Reparaciones	\$ 5.60

Maquillaje

Aplicación de maquillaje	\$ 33.60
Maquillaje de novia	\$ 39.20
Aplicación de pestañas	\$ 22.40

Maquillaje Permanente

Cejas	\$ 56.00
Labios	\$ 56.00
Párpado superior	\$ 44.80
Párpado inferior	\$ 39.20
Aplicación de pestañas (2 meses)	\$ 86.60

3.2 INFORMACIÓN PRIMARIA:

3.2.1 DEFINICIÓN DEL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN.

El spa Akasha está haciendo un estudio para poder darse cuenta de la factibilidad de emprender un spa donde los clientes tengan ese contacto directo con la naturaleza, dado que esto genera una relajación total al ponerse en unión real con el ambiente adecuado y oportuno; el spa quiere investigar su aceptación en los clientes quienes gozarán de un relajamiento por parte de Akasha Spa por lo tanto requiere un estudio explorativo y concluyente en la provincia del Azuay para poder tomar la decisión de arrancar con el spa o no.



Si usted llega 30 minutos antes de su cita, podrá disfrutar sin costo de una hidratación de manos, pies o un baño de vapor.

3.3 OBJETIVOS:

Se tiene como objetivos los siguientes:

- Investigar las preferencias de los clientes en el momento que necesiten una relajación profunda.
- Determinar el segmento de clientes al cual se va a dirigir el spa.
- Estipular el comportamiento de los clientes en cuanto a sus hábitos y costumbres.
- Comprobar por qué están dispuestos a visitar el spa y por qué no lo visitarían.

3.4 DISEÑO METODOLÓGICO DE LA INVESTIGACIÓN:

3.4.1 TIPO DE ESTUDIO: EXPLORATORIO, CONCLUYENTE DESCRIPTIVO Y/O CONCLUYENTE CAUSAL.

En conclusión, en este proyecto se utilizará el método de investigación concluyente debido que este método se caracteriza por utilizar procedimientos formales. Enfocado a la investigación descriptiva, ya que se caracteriza por hacer ver el problema de decisión, objetivos específicos de investigación y necesidades de información detalladas; ya que se aplicarán encuestas a la muestra de posibles clientes que se seleccionará, y esto a su vez con un diseño de sección transversal, tomando una muestra de los elementos de la población en un punto en el tiempo ya que se hará en un periodo determinado sin repetirse.

Es por ello que se realizó varias encuestas en diferentes áreas de la ciudad de Guayaquil, siendo indiferentes los participantes de estas encuestas si trabajaban o no en ese preciso momento, para así tener mayor conocimiento del nivel de estrés que traen consigo todas las personas sin importar las diferentes actividades que realicen.

3.4.2 METODOS DE RECOLECCION DE DATOS: CUALITATIVOS Y CUANTITATIVOS.

3.4.2.1 ESTUDIO EXPLORATORIO: TÉCNICAS CUALITATIVAS

Es la investigación de carácter exploratorio que pretende determinar principalmente aspectos diversos del comportamiento humano, como: motivaciones, actitudes, intenciones, creencias, gustos y preferencias.

Se pudo observar que muchas personas gustan de estar en contacto con la naturaleza para buscar su liberación de tensiones ocasionadas por su rutinas sea esta de trabajo o de estudios.

Prefieren dejar de hacer sus trabajos en el momento en que sienten que su cuerpo y mente necesita de un momento de descanso.

Es por ello, que se utilizo el método de investigación de mercados cualitativa, debido a que por medio de este método sirve para saber cómo se da la dinámica o cómo ocurre el proceso, en conjunto con una investigación con mayor profundidad, detallada y exhaustivamente en el estudio de mercado en busca de posibles clientes que gusten disfrutar de diferentes maneras de relajación en contacto con la naturaleza y dispuestos a viajar.

3.4.2.2 GRUPO FOCAL

Es una técnica de estudio de las opiniones o actitudes de un público utilizada en ciencias sociales y en estudios comerciales. También conocida como grupo de discusión o sesiones de grupo consiste en la reunión de un grupo de personas, entre 6 y 12, con un moderador encargado de hacer preguntas y dirigir la discusión. Su labor es la de encauzar la discusión para que no se aleje del tema de estudio.

Luego de la explicación de en qué consiste el grupo focal, se puede decir que, en el grupo focal que se realizó para Akasha spa, con el fin de ayudar a la investigación de mercado realizado por medio de preguntas y al mismo tiempo para saber con mayor exactitud las diferentes opiniones, comentarios y sugerencias de posibles clientes y así poder definir como mayor profundidad a que segmento de mercado está destinado el proyecto de un spa Ecológico.

Dentro de este grupo focal que se realizó en las instalaciones de la constructora Verdu S.A. contamos con la presencia de 8 personas de diferentes áreas de la misma empresa, ayudando ellos a percibir las diferentes necesidades que tienen la mayoría de personas de buscar un spa con contacto con la naturaleza, buscar el ambiente y el lugar apropiado.

3.4.3 ESTUDIO CONCLUYENTE: TÉCNICAS CUANTITATIVAS

Un estudio de mercado cuantitativo le permite a una empresa o grupo de investigación tener conocimiento de una tendencia de opinión o preferencia respecto a una idea, producto o personalidad, mediante el análisis de datos estadísticos muestrales.

Por consiguiente se realizaron los diferentes estudios entre los cuales tenemos las encuestas, para así conocer una muestra representativa de nuestro mercado meta. Conociendo con mayor grado de percepción, las diferentes opiniones de los encuestados sobre Akasha spa que es el tema a analizar.

Este estudio de mercado está formado por partes fundamentales como: diseño de cuestionarios, procesamiento de datos y análisis de los datos obtenidos.

El objetivo de este estudio es tener una medición del mercado desde diferentes perspectivas, actitudes, preferencias, factores demográficos, que proporcionen una visión general y completa del impacto de mercado que tendría Akasha spa.

3.4.3.2 OBSERVACIÓN

De acuerdo a las encuestas realizadas, se puede observar si en el mercado que se está analizando si hay aceptación para el proyecto que se quiere lanzar, se pudo identificar diferentes tipos de segmentos de mercados a los cuales va a tener mayor acogida debido a las diferentes actividades que realizan al diario vivir y al mismo tiempo a que es un servicio nuevo e innovador al cual proyecta mejores beneficios para los posibles clientes.

3.5 DISEÑO DE LA GUÍA DE GRUPO FOCAL Y DE LA ENCUESTA

Diseño de Grupo Focal:

Este grupo focal que se va a realizar es para la evaluación de cómo sería el impacto del mercado con relación al servicio de Akasha y también para poder establecer mejor los mecanismos que tienen los clientes para el momento en que busca liberarse de la tensión. Es por ello, que el grupo focal va a estar diseñado por medio de las siguientes preguntas:

1. Cuénteme por favor, ¿A qué se dedica? ¿Trabaja o estudia?
2. ¿Cuántas horas tiene su jornada laboral?
3. ¿Qué actividad realiza en sus días libres?
4. ¿Qué tipo de trabajo tiene, a qué se dedica, y cómo es su rutina en el desenvolvimiento de su trabajo?
5. ¿Tiene algún momento libre, en el cual se lo dedica para dejar a un lado su jornada laboral y descansar un momento de tanta responsabilidad?
6. ¿Cuándo usted se siente agotado, cansado que actividad realiza para desestresarse, o relajarse?
7. ¿En ese tiempo, qué hace para relajarse, o para distraerse?
8. ¿A dónde va cuando quiere relajarse?
9. ¿De qué manera usted busca eliminar el estrés?
10. Actualmente ¿Qué realiza cuando usted se siente estresado y lleno de cansancio?

11. ¿Qué piensa que es un spa? ¿Qué ha escuchado sobre un spa? ¿Qué actividades puede realizar o qué servicios ofrece?
12. ¿Alguna vez ha ido a un spa?
13. ¿Por qué no ha visitado un spa?
14. ¿Qué tipo de servicio usted cree poder encontrar en un spa?
15. ¿Cuándo acude al spa recibe un asesoramiento de parte del encargado explicándole los servicios a recibir pedidos por usted?
16. ¿Qué factores lo impulsa a usted para visitar un Spa?
17. ¿Cuándo ha ido a un spa, que es lo que normalmente le gusta hacer?
18. ¿Cómo califica usted la calidad de servicio del spa al cual usted asiste? ¿Por qué?
19. ¿Qué es lo más importante para que usted asista a un spa?
20. ¿Cada qué tiempo visita usted el spa?
21. ¿Qué le gustaría encontrar en un spa?
22. Si, tuviera la oportunidad de viajar y encontrar un spa Ecológico, ¿qué servicios le gustaría encontrar?
23. ¿Cuánto estaría usted dispuesto a pagar por un servicio que le ayude en su relajación?
24. ¿Acudiría usted a un sitio específico donde solo encuentre spa Natural?
25. ¿De qué forma le gustaría ser atendido; personalmente o se acoplaría a un servicio ya establecido por el spa?

ENCUESTA.

De acuerdo al estudio que se necesita realizar, se ha decidido realizar la siguiente encuesta en los diferentes sectores de la ciudad de Guayaquil, a continuación se detalla las preguntas que se realizarán en la encuesta:

1. ¿Su jornada laboral cuantas horas diarias solicita?
a) 0-8 horas b) 9-12 horas c) 12 a más horas

2. En qué lugar se desenvuelve su trabajo

- a) En la calle b) En oficina c) Ama de casa
 d) Otros

3. Su trabajo es muy agotador que siente por momentos que necesita descansar

- a) Si b) No

4. ¿Cuándo de relajarse se trata, usted que prefiere?

- a) Dejar de realizar lo que está haciendo b) Hacer deportes
 c) Acostarse d) Otros

5. ¿Cuánto tiempo le toma a usted desaparecer la tensión que lleva consigo durante o luego de trabajar?

- a) Unas horas b) un día c) un fin de semana d) unas semanas

6. ¿Qué lugares busca usted en el momento en que necesita dar un descanso?

- a) Muebles b) Sillón c) Cama d) Parque
 e) Otros

7. ¿Qué es lo más importante cuando va en busca de un lugar tranquilo?

- a) Calidad b) Precio c) Servicio d) Hospedaje

8. Usted ha visitado un SPA

- a) Si b) Una vez c) Algunas veces d) No

9. ¿Qué tipo de infraestructura preferiría usted al momento de visitar un spa?

- a) Cemento b) Cabañas Ecológicas

10. Que ubicación preferiría usted al momento de elegir un servicio de spa?

- a) Centros Comerciales b) Hoteles c) Spa

11. ¿Estaría usted dispuesto a viajar fuera de la ciudad en busca de un lugar donde estará en contacto con la naturaleza y libre de tensión?

- a) Si b) No

12. ¿Qué lugar acostumbra usted a visitar cuando se siente lleno de preocupaciones y lleno de estrés?

- a) Costa b) Sierra c) Oriente

13. ¿Qué características le gustaría que tuviera un lugar donde la tensión física y psicológica no existe?

- a) Música instrumental
- b) Aromas naturales
- c) Acercamiento natural

14. ¿Le gustaría contar con un lugar totalmente ecológico, con servicios de meditación y renovación de autoestima?

- a) Si b) No

15. Le agradaría conocer y ser partícipe de los servicios de Akasha Spa

- a) Camino por rocas volcánicas
- b) Refugio donde desecha las malas vibras mediante un grito
- c) Meditación en contacto con la naturaleza

16. Le gustaría tener una membrecía para iniciar y contar con los servicios de Akasha spa mensualmente

- a) Si b) No

17. ¿Estaría dispuesto a pagar \$130 mensualmente por una membrecía en Akasha spa?

- a) Si b) No

18. En el intervalo de 1-3. ¿Qué nivel de importancia le da usted a la relajación personal, y contacto ambiental?

- a) 1 = Nada
- b) 2 = Regular
- c) 3 = Considerable

19. Con qué frecuencia visita usted un spa:

- a) Una vez al mes b) Varias veces al mes
- c) Muy rara vez d) Nunca

¿Por qué? _____

20. En qué zona le gustaría la ubicación de un spa

- a) Dentro de la ciudad b) Fuera de la ciudad (sierra)
 c) Fuera de la ciudad (oriente) d) Centros Comerciales

21. ¿Con que servicios usted asociaría el spa?

- a) Viajes turísticos (fuera de la ciudad)
 b) Cepillados y depilaciones
 c) Expresión Corporal
 d) Tratamiento para adelgazar

22. En qué nivel de preferencia se encuentra el preservar la naturaleza con el encuentro de la paz interior.

- a) Excelente b) Muy bueno c) Bueno
 d) Regular e) Malo

23. Qué factores son limitantes al momento de adquirir un servicio de un spa:

- a) Precios b) Infraestructura c) Calidad del servicio
 d) Ambiente e) Falta de tiempo
 f) Mala atención de reservaciones

24. Califique del 1 al 3 Qué tan probable es que usted visite un SPA especializado en dar un ambiente natural con atención personalizada

- a) 1 = Nada probable
 b) 2 = Probable
 c) 3 = Muy Probable

25. En un intervalo del 1 al 3 Qué tan probable es que usted esté preparado para viajar por recibir servicios personalizados en un ambiente natural y totalmente orgánico

- a) 1 = Nada probable
 b) 2 = Probable
 c) 3 = Muy probable

3.6 MUESTREO

3.6.1 TIPO DE MUESTREO: PROBABILÍSTICOS O NO PROBABILÍSTICOS

De acuerdo a los resultados que obtuvimos en las encuestas se puede observar que probabilísticamente el proyecto de Akasha spa si es aceptado por el mercado.

3.6.2 SELECCIÓN DEL TAMAÑO DE LA MUESTRA

Para el proyecto consideramos una población infinita, por esta razón se utiliza la siguiente fórmula para obtener el tamaño de la muestra.

$$n = \frac{z^2 * p * q}{e^2}$$

$$n = \frac{(1.96)^2 * 0.5 * 0.5}{(0.080017)^2}$$

$$n = 150$$

Para la selección del tamaño de la muestra se ha considerado una población infinita, con un nivel de confianza de 95%, una probabilidad tanto de éxito y de fracaso de 0.50 cada uno, considerando un error máximo de 8,0017% y un estadístico de prueba (z) de 1.96. Con los datos mencionados se obtuvo un resultado de 157, como tamaño de la muestra.

Población:	Encuestas:
Muestreo:	Aleatorio
Nivel de Confianza:	95%
Estadístico de prueba al 95% de confianza (Z):	1,96
Probabilidad de Éxito (p):	0,5
Probabilidad de Fracaso (q):	0,5
Error Máximo (e):	8%
Tamaño de la Muestra (n):	157,00

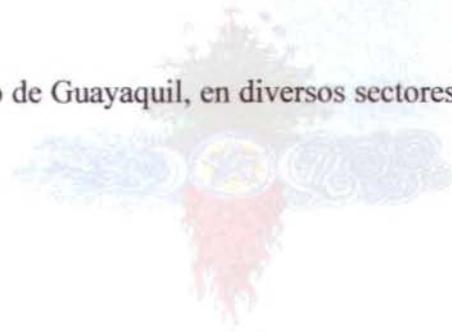
La muestra es el número de elementos, elegidos y no al azar, que hay que tomar de una población para que los resultados puedan darse al mismo tiempo, y con la condición de que sean representativos de la ciudad. El tamaño de la muestra depende de tres aspectos:

- Del error permitido.
- Del nivel de confianza con el que se desea el error.
- Del carácter finito o infinito de la población.

El tamaño de la muestra de Akasha Spa está dada por 157 encuestados; de ambos sexos y diferentes edades ya que el servicio que se ofrece no tiene limitante, podrán visitarlo personas de diferentes edades y ambos sexos.

3.6.3 ÁREA GEOGRÁFICA DEL ESTUDIO

Las encuestas y grupo focal fueron realizadas dentro de Guayaquil, en diversos sectores de la urbe.





3.6.4 TIEMPO

Este proyecto se está realizando en el periodo de Diciembre del 2010

3.7 PRESENTACIÓN DE RESULTADOS

3.7.1 RESULTADOS CUALITATIVOS

Introducción:

En estos tiempos el servicio de spa se lo relaciona con belleza dejando un nivel bajo de importancia a la relajación.

Uno de los servicios más ofrecidos en los spa son los masajes, peeling cepillados. Akasha spa ahora busca no solo brindar salud emocional, al contrario dedicar a la relajación personal llevado por la causa del estrés.

En el focus group se muestra que todo tipo de trabajo tiene niveles de estrés diferentes por lo cual el descanso se hace presente.

“No importa la labor a lo que se dedique todo tiene un nivel de responsabilidad y con ello la presión de lograrlo (estrés)”. Dijo una de las personas entrevistadas.



FOCUS GROUP:

PARTICIPANTES 7 Personas de diferentes edades con cargos:
Gerencia y Supervisores de la empresa

MEDIOS

Compañía Verdú S.A.

5 DE JUNIO 2010 – 18H30 PM.

RECLUTAMIENTO

Departamento de gerencia y supervisión

Para la investigación de mercado por el método de focus group se inicio en la oficina gerencial de la Compañía Verdú ubicada en el km 10.5 vía a la costa.

El ejercicio se realizo el día viernes 10 de diciembre del 2010, con un target concentrado en hombres y mujeres de 23 a 35 años con un nivel socio económico medio - medio alto, residentes en la ciudad de Guayaquil.

En el grupo focal estuvieron presente 7 personas y el grupo fue integrado por 2 hombres y 5 mujeres.

Se realizo la labor de reclutamiento entre las personas de cargos gerenciales o similares de la compañía Verdú identificando a personas que se ajuste al target del servicio que se desea implementar.

Guías De Preguntas Para El Desarrollo Del Focus Group

1. ¿Cuénteme por favor, ¿A qué se dedica? ¿Trabaja o estudia?

Las personas entrevistadas trabajan para la misma empresa pero en sus diferentes proyectos. De las 7 personas entrevistadas 3 estaban estudiando.

2. ¿Cuántas horas tiene su jornada laboral?

Por ser diferentes cargos y responsabilidades su jornada laboral estaba en un promedio de 8 a 12 horas. Aun estando en puestos operativos existen labores extras como se observa en el departamento de marketing y publicidad, e importaciones donde el horario se extiende un poco mas por la entrega de mercaderías y la planificación y/o venta de las mismas.

3. ¿Qué actividad realiza en sus días libres?

Una de las personas entrevistadas dijo que los días libres suelen variar de acuerdo al proyecto responsable de la compañía, por ejemplo: en la actualidad se encuentra bajo un proyecto al mando del Ministerio de Transportes y Obras

Públicas en el cual la presión es constante y muchas veces sus salidas son iguales a las del campamento es decir cada 8 días de labores tienen 4 días libres; mientras que las otra 8 personas en sus días libres lo aprovechaban para viajar, pasar con su familia, distraerse.

4. ¿Qué tipo de trabajo tiene, a qué se dedica, y cómo es su rutina en el desenvolvimiento de su trabajo?

Se tomó como conclusión general que no dependía el tipo de labor que se realizaba dentro de sus responsabilidades profesionales, puesto que todo lleva niveles de responsabilidad y estrés. Pues el controlar que todo valla según lo planificado es bastante difícil de definir por los imprevistos no programados.

5. ¿Tiene algún momento libre, en el cual se lo dedica para dejar a un lado su jornada laboral y descansar un momento de tanta responsabilidad?

Todos los entrevistados tuvieron una respuesta afirmativa ya que aducen que existen momentos en los cuales la presión de cumplir con una responsabilidad y llegar a una meta mensual tienen como consecuencia llevar preocupaciones mentales a casa o en momentos de descanso, dependiendo del transcurso del mes; puesto que los días lunes y viernes resultan estresantes por las reuniones de presupuestos, plan de negocios y margen contable que la empresa evalúa semanalmente.

6. ¿Cuándo usted se siente agotado, cansado que actividad realiza para desestresarse, o relajarse?

Primero organizan sus actividades laborales para que si no existan interrupciones futuras a su descanso, después de haber realizado su evaluación semanal tratan de realizar actividades que eliminen el estrés, como jugar tenis, viajar, mantener momentos con familiares.

7. ¿En ese tiempo, qué hace para relajarse, o para distraerse?

Todos los entrevistados concluyeron en que las actividades que realizan para relajarse son: viajar, practicar deportes, salir en familia, y descansar lo suficiente para el inicio de labores próximos.

8. ¿A dónde va cuando quiere relajarse?

Lugares que lo desconecten totalmente de la presión profesional y laboral, tales como la playa, o lugares tranquilos en donde se pueda tener contacto con la naturaleza.

9. ¿De qué manera usted busca eliminar el estrés?

La mayoría opina que esto depende de la necesidad; pues 5 de 8 personas han visitado lugares como spa para encontrar servicios que eliminen toxinas que su cuerpo no necesita.

10. Actualmente ¿Qué realiza cuando usted se siente estresado y lleno de cansancio?

Los entrevistados en esta pregunta acordaron que la manera más fácil de liberarse de la tensión era dormir y recibir servicios de relajación en spa.

11. ¿Qué piensa que es un spa? ¿Qué ha escuchado sobre un spa? ¿Qué actividades puede realizar o qué servicios ofrece?

Los participantes en esta pregunta relacionaron el spa con masajes siendo uno de los servicios más solicitados por la clientela, tales como cuidados de piel, eliminación de calorías, bajar de peso y tratamientos faciales de belleza.

12. ¿Alguna vez ha ido a un spa?

En esta pregunta se obtuvo como resultado que 4 personas habían visitado un spa y las otras 3 personas no habían visitado un spa.

13. ¿Por qué no ha visitado un SPA?

Las razones por las cuales no habían visitado un spa fueron: falta de tiempo, y ubicación de los spa; pues se asegura que prácticamente un spa debería estar en una localidad tranquila para así alargar el tiempo de relajación es decir no sentirse relajada/o solo dentro del spa.

14. ¿Qué tipo de servicio usted cree poder encontrar en un spa?

Se acordó que dentro de los servicios que ofrece un spa se encuentran: Masajes, limpieza de cutis, peeling, cepillados, y artículos para reducir el peso.

15. ¿Cuándo acude al spa recibe un asesoramiento de parte del encargado explicándole los servicios a recibir pedidos por usted?

Normalmente se recibe asesoramiento de los servicios del spa.

16. ¿Qué factores lo impulsa a usted para visitar un Spa?

Una de las principales razones que se dio por votación fue el estrés, cansancio aduciendo que también es una manera de mantener saludable la piel y el cuerpo.

17. ¿Cuándo ha ido a un Spa, que es lo que normalmente le gusta hacer?

En esta pregunta dijeron que los servicios varían de acuerdo al tiempo pronosticado en sus tiempos libres, pero que el servicio que con mayor frecuencia de consumo es masajes.

18. ¿Cómo califica usted la calidad de servicio del spa al cual usted asiste? ¿Por qué?

Excelente respuesta grupal de los entrevistados, “una de los mejores servicios de un spa es sentirse bien con uno mismo y preocuparse por el nivel de relajamiento personal, ya que cuando el estrés se acumula puede traer complicaciones en la salud” comento un entrevistado.

19. ¿Qué es lo más importante para que usted asista a un spa?

Se califica como importante el tipo de atención que da un spa, desde la llegada del cliente hasta su próxima visita, el nivel de comunicación y preocupación del empleado dirigido a la satisfacción del cliente.

20. ¿Cada qué tiempo visita usted el spa?

5 Personas dijeron que 2 veces al mes mientras que 2 personas dijeron que semanalmente.

21. ¿Qué le gustaría encontrar en un spa?

Se determino que considerándose ser cliente frecuente de un spa, le gustaría encontrar beneficios y atenciones extras, así como también tener una persona

que guie sus tratamientos terapéuticos y de belleza, recibiendo información semanal a sus direcciones electrónicas.

22. Si, tuviera la oportunidad de viajar y encontrar un Spa Ecológico, ¿qué servicios le gustaría encontrar?

Los entrevistados en esta pregunta solicitaron encontrar comodidades como: hospedaje y transporte incluido en paquetes / combos de servicios.

También sugirieron poner un lugar de venta de comidas nutricionales para así tener un local seguro para alimentarse.

23. ¿Cuánto estaría usted dispuesto a pagar por un servicio que le ayude en su relajación?

5 de las 7 personas que intervinieron en el dialogo admitieron que el encontrarse bien internamente no tiene valor, también comentaron que sería excelente que existan diferentes modos de financiamiento al momento de adquirir los servicios de relajación.

24. ¿Acudiría usted a un sitio específico donde solo encuentre spa Natural?

Todos los entrevistados tuvieron una respuesta afirmativa pues ellos están dispuestos a viajar.

25. ¿De qué forma le gustaría ser atendido; personalmente o se acoplaría a un servicio ya establecido por el spa?

En esta pregunta todos los entrevistados quisieron dar su opinión asegurando que podrían poner guías turísticas grupales y aparte que exista un guía extra para niños (en caso de viajes familiares) pues se pueden acoplar a los servicios pero si existe alguna manera de extenderse con beneficios sería de manera totalmente aprobada.

◆ RESUMEN DEL FOCUS GROUP

El focus group, tuvo una duración aproximadamente de 30 minutos en donde el tema a tratar fue “Los servicios que ofrece un Spa.”

Inicio con la presentación del grupo investigador y la introducción al tema, la cual consistió en preguntas a los asistentes si utilizaban servicios de spa y que nivel de importancia le dan a la relajación.

Como principal punto dentro de esta investigación, cabe destacar que los participantes si conocía y de este servicio de relajación mediante un spa.

Las personas que van frecuentemente al spa en busca de estos servicios aseguraron que consideraban muy probable el viajar fuera de la ciudad para recibir una relajación en una ambiente totalmente natural.

Dentro de los servicios que le gustaría encontrar en un spa ubicado fuera de la ciudad de Guayaquil se mencionaron: guías turísticos, transporte directo, hospedaje y servicio totalmente personalizado, proponiendo un guía extra para los niños en el caso de viajes familiares

Respecto la atención también se menciona que exista un servicio de reservaciones para así asegurar el servicio y la disponibilidad de habitaciones.

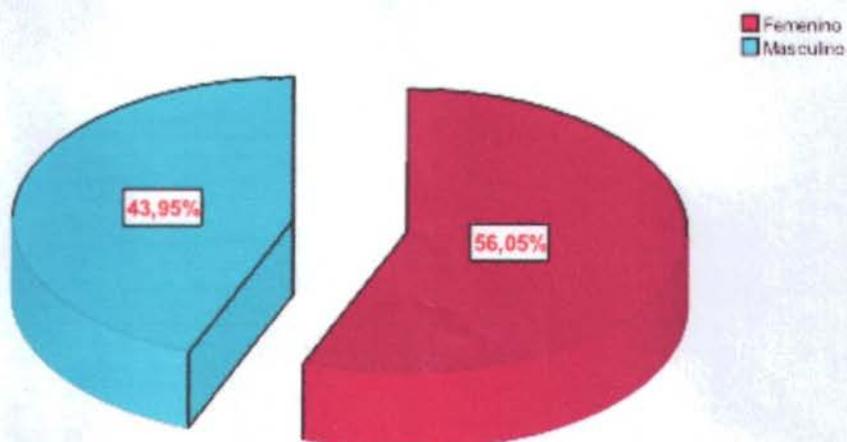
3.7.2 RESULTADOS CUANTITATIVOS

De acuerdo a las encuestas que se realizaron en diferentes zonas de Guayaquil, se puede mostrar los siguientes resultados:

Género

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos Femenino	88	56,1	56,1	56,1
Masculino	69	43,9	43,9	100,0
Total	157	100,0	100,0	

Género

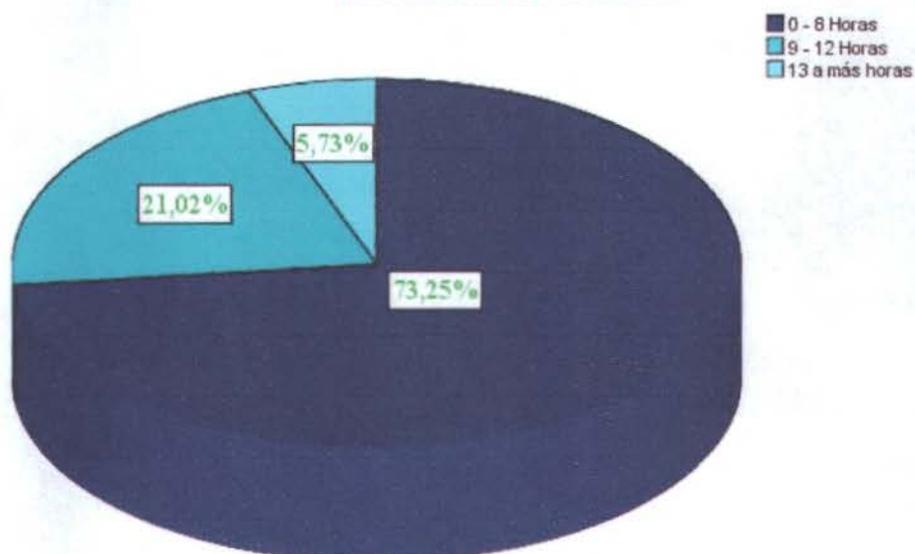


De acuerdo a los resultados que reflejan en las encuestas se puede observar que tanto hombres como mujeres, utilizan diferentes tipos de servicios que ofrecen los spa. Dando como resultados el 56,05% Femenino y el 43,95% masculino.

Jornada Laboral

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos 0 - 8 Horas	115	73,2	73,2	73,2
9 - 12 Horas	33	21,0	21,0	94,3
13 a más horas	9	5,7	5,7	100,0
Total	157	100,0	100,0	

Jornada Laboral

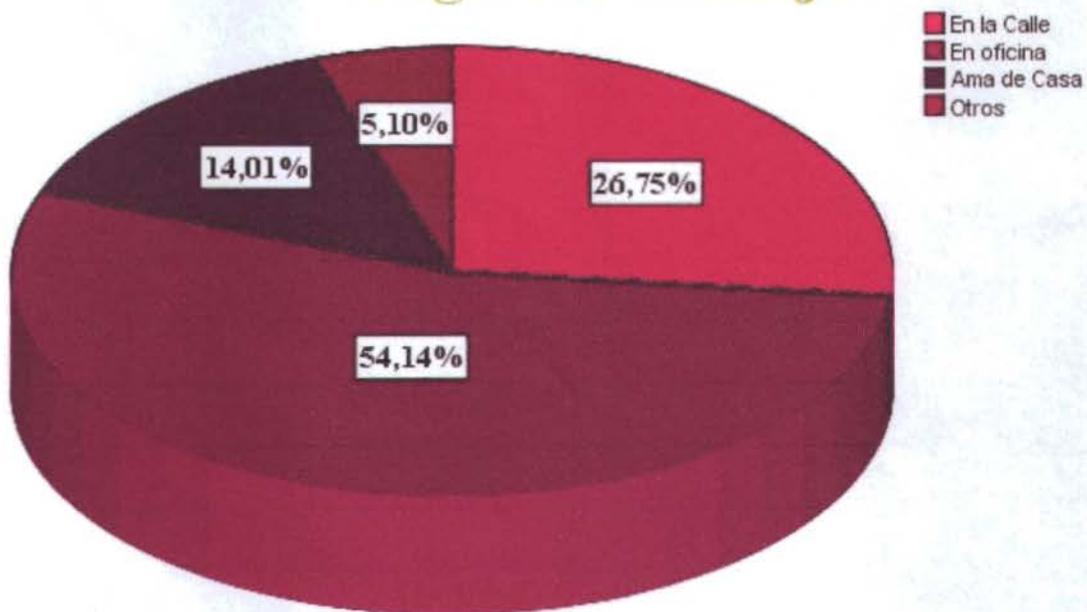


La jornada laboral de las personas encuestadas varia, de acuerdo a los resultados refleja que el 73,25% laboran diariamente entre 0 a 8 horas, mientras que el 21,02% labora de 9 a 12 horas y el 5,73% laboran de 13 a más horas diarias.

Lugar de Trabajo

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos En la Calle	42	26,8	26,8	26,8
En oficina	85	54,1	54,1	80,9
Ama de Casa	22	14,0	14,0	94,9
Otros	8	5,1	5,1	100,0
Total	157	100,0	100,0	

Lugar de Trabajo

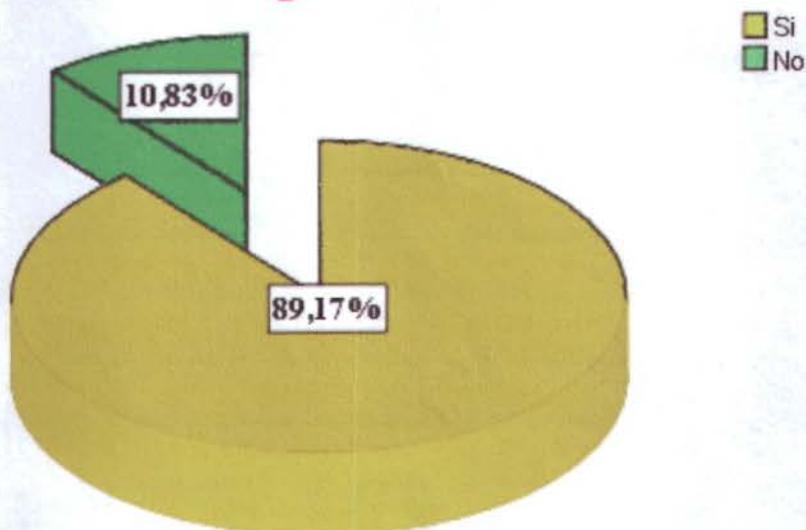


Existen diferentes tipos de trabajos los cuales se desenvuelven en diferentes partes pero de acuerdo a las encuestas realizadas nos demuestra que el 54,14% tiene el lugar de trabajo dentro de una oficina, desempeñando diferentes funciones pero en un lugar establecido.

Trabajo Cansado

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Si	140	89,2	89,2	89,2
	No	17	10,8	10,8	100,0
	Total	157	100,0	100,0	

Trabajo Cansado

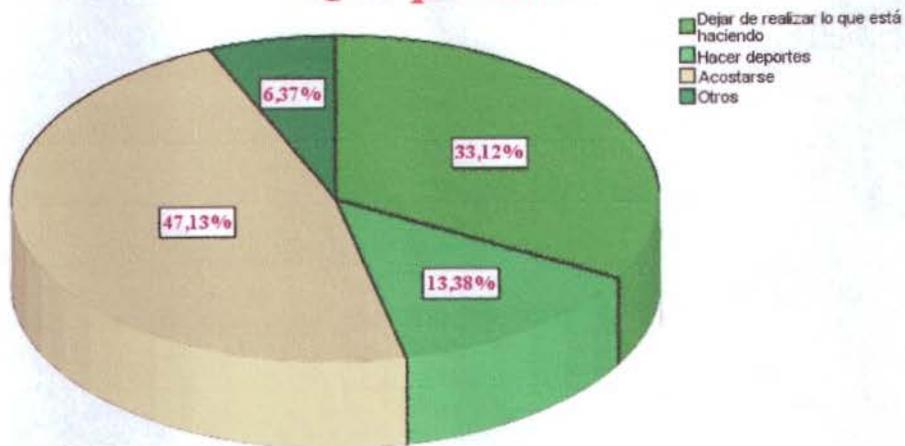


Todo trabajo por lo general, sea el que sea es agotador, y así lo demuestran las encuestas realizadas, el 89,17% indican que el trabajo que desempeñan es agotador.

Qué prefiere

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Dejar de realizar lo que está haciendo	52	33,1	33,1	33,1
	Hacer deportes	21	13,4	13,4	46,5
	Acostarse	74	47,1	47,1	93,6
	Otros	10	6,4	6,4	100,0
	Total	157	100,0	100,0	

Qué prefiere

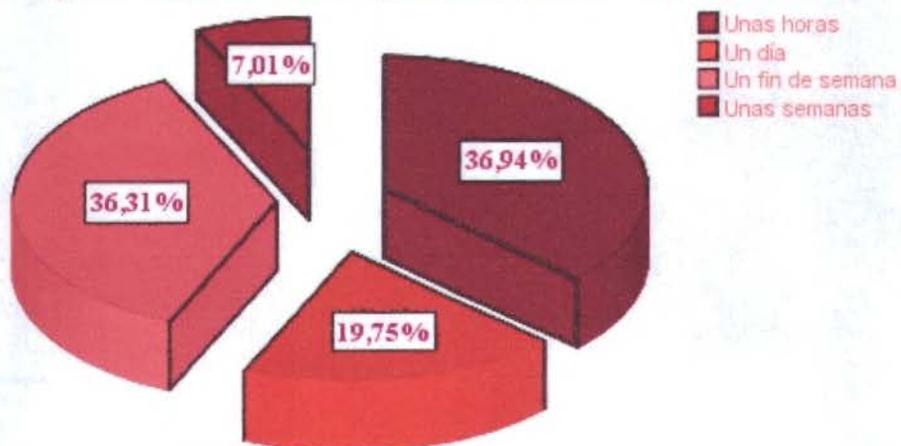


Al momento de escoger lo que más les gusta hacer cuando desean relajarse, se puede dar cuenta de que tienen diferentes tipos de preferencias, entre las cuales tenemos: el 47,13% prefieren acostarse, mientras que el 33,12% dejan de realizar lo que están haciendo en el momento, el 13,38% hacen deporte y el 6,37% prefieren realizar diferentes actividades.

Tiempo en desaparecer tensión

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos Unas horas	58	36,9	36,9	36,9
Un día	31	19,7	19,7	56,7
Un fin de semana	57	36,3	36,3	93,0
Unas semanas	11	7,0	7,0	100,0
Total	157	100,0	100,0	

Tiempo en desaparecer tensión



Dentro del segmento de mercado estudiado para analizar el tiempo en que los posibles clientes necesitan para desaparecer tensión; tenemos los siguiente resultados, en su gran mayoría se refleja que el 36,94% necesitan de unas horas, mientras que el 36,31% necesitan de un fin de semana, son pocas las personas que necesitan un día (19,75%) o una semana (7,01%) para desaparecer la tensión acumulada.

Frecuencias Lugares para descansar

		Respuestas		Porcentaje de casos
		Nº	Porcentaje	
Lugar que escoge al momento de descansar ^a	Lugares para descansar Muebles	17	10,6%	10,8%
	Lugares para descansar Sillón	13	8,1%	8,3%
	Lugares para descansar Cama	100	62,5%	63,7%
	Lugares para descansar Parque	23	14,4%	14,6%
	Lugares para descansar Otros	7	4,4%	4,5%
Total		160	100,0%	101,9%

a. Agrupación de dicotomías. Tabulado el valor 1.

De acuerdo a la siguiente pregunta que se realizo por medio de las encuestas fue: ¿Qué lugares busca usted en el momento en que necesita dar un descanso?, existían diferentes opciones entre las cuales las respuestas fueron las siguientes: El 63,70% de las personas encuestadas prefieren la cama para descansar, el 14,60% prefiere ir a un parque, el 10,80% buscan un mueble, el 8,30% les gusta el sillón y el 4,50% diferentes opciones tienen de preferencias al momento de descansar.

Frecuencias Importancia en busca de lugar

		Respuestas		Porcentaje de casos
		Nº	Porcentaje	
Importancia en busca de lugar tranquilo	Importancia en busca de un lugar tranquilo calidad	64	33,2%	41,0%
	Importancia en busca de un lugar tranquilo precio	33	17,1%	21,2%
	Importancia en busca de un lugar tranquilo servicio	65	33,7%	41,7%
	Importancia en busca de un lugar tranquilo hospedaje	31	16,1%	19,9%
Total		193	100,0%	123,7%

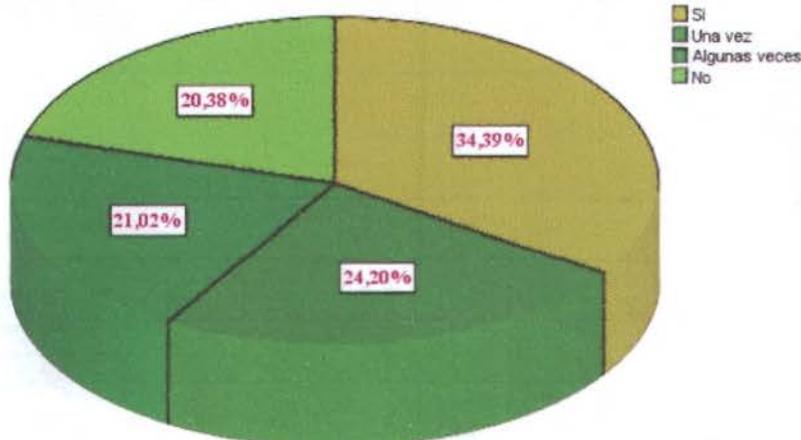
a. Agrupación de dicotomías. Tabulado el valor 1.

Lo más importante al momento que van en busca de un lugar tranquilo, está dividido de la siguiente manera: El 41,70% nos indica que lo más importante es el nivel de servicio, seguido del nivel de calidad, de acuerdo a lo que nos indica el 41,00%, mientras que el 21,20% nos indica que el precio y por último se puede decir que el hospedaje de acuerdo al 19,90%.

¿Ha visitado un Spa?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Si	54	34,4	34,4	34,4
	Una vez	38	24,2	24,2	58,6
	Algunas veces	33	21,0	21,0	79,6
	No	32	20,4	20,4	100,0
	Total	157	100,0	100,0	

¿Ha visitado un Spa?



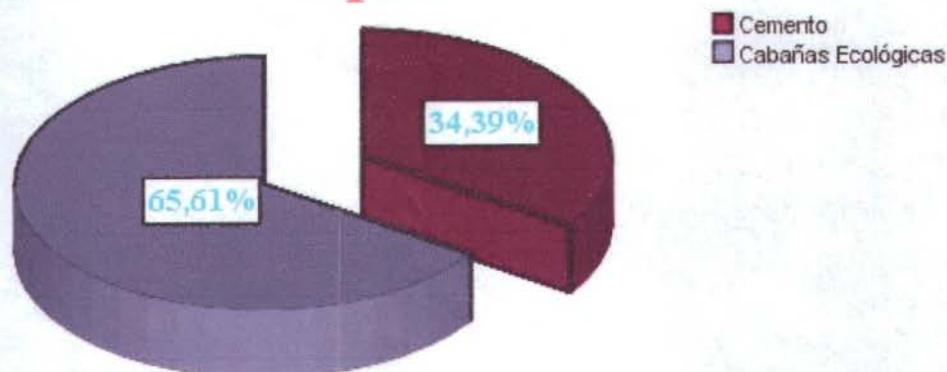
La pregunta fue si alguna vez ha visitado un spa y esto nos dijeron:

El 34,40% dijeron que si habían visitado un spa, mientras que el 20,40% no ha visitado el Spa por diferentes motivos entre los cuales tenemos la falta de tiempo, el no conocer los diferentes servicios que brinda un spa.

¿Tipo de infraestructura al visitar un Spa?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos Cemento	54	34,4	34,4	34,4
Cabañas Ecológicas	103	65,6	65,6	100,0
Total	157	100,0	100,0	

¿Tipo de infraestructura al visitar un Spa?



De acuerdo al proyecto que se está realizando, se pregunto a los posibles clientes, que tipo de infraestructura les gustaría al momento de pedir los servicios de un spa y el 65,61% contestaron que les gustaría la infraestructura de cabañas ecológicas mientras que el 34,39% restante seguirían con los tradicionales spas de infraestructura de cemento.

Frecuencias Ubicación de preferencia

		Respuestas		Porcentaje de casos
		Nº	Porcentaje	
Ubicación de preferencia al escoger Spa	Ubicación de preferencia de Spa Centros Comerciales	20	12,4%	12,7%
	Ubicación de preferencia de Spa Hoteles	45	28,0%	28,7%
	Ubicación de preferencia Spa	96	59,6%	61,1%
Total		161	100,0%	102,5%

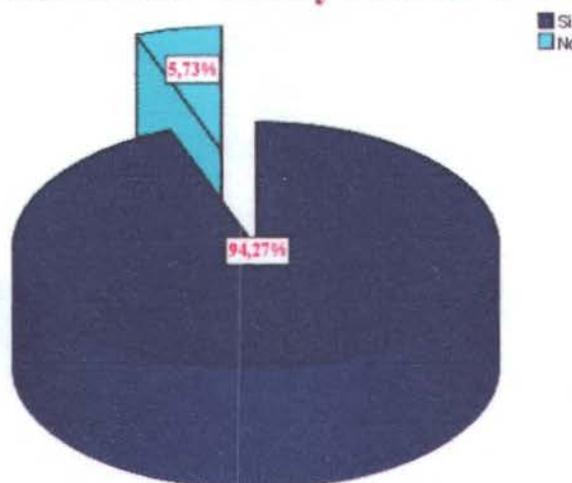
a. Agrupación de dicotomías. Tabulado el valor 1.

De acuerdo a las encuestas realizadas, la ubicación de preferencia para ir a un spa es la siguiente; El 61,10% prefiere ir a un lugar que sea netamente spa, mientras que el 28,70% le gustaría visitar los hoteles que ofrecen en conjunto servicios de spa y el 12,70% les gusta ir a spas que están dentro de centros comerciales.

¿Estaría dispuesto a viajar fuera de la ciudad por lugar en contacto con la naturaleza y libre de tensión?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Si	148	94,3	94,3	94,3
	No	9	5,7	5,7	100,0
	Total	157	100,0	100,0	

¿Estaría dispuesto a viajar fuera de la ciudad por lugar en contacto con la naturaleza y libre de tensión?



El 94,27% de las personas encuestadas indican que si estarían dispuestos a viajar fuera de la ciudad por encontrar un lugar en contacto con la naturaleza y libre de tensiones mientras que el 5,73% no estarían dispuestos.

¿Lugares que acostumbran a visitar liberar tensiones?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos Costa	89	56,7	56,7	56,7
Sierra	63	40,1	40,1	96,8
Oriente	5	3,2	3,2	100,0
Total	157	100,0	100,0	

¿Lugares que acostumbran a visitar liberar tensiones?



La pregunta que se efectuó, fue la siguiente: ¿Qué lugares acostumbra usted a visitar cuando se siente lleno de preocupaciones y lleno de estrés, y contestaron lo siguiente: el 56,69% prefiere visitar la costa, el 40,13% le gusta visitar la sierra mientras que el 3,18% visita el oriente del territorio Ecuatoriano.

Frecuencias Características lugar

		Respuestas		Porcentaje de casos
		Nº	Porcentaje	
Características lugar libre de tensión	¿Características de lugar donde la tensión física y psicológica no exista música instrumental?	52	27,7%	33,3%
	¿Características de lugar donde la tensión física y psicológica no exista aromas naturales?	63	33,5%	40,4%
	¿Características de lugar donde la tensión física y psicológica no exista acercamiento natural?	73	38,8%	46,8%
Total		188	100,0%	120,5%

a. Agrupación de dicotomías. Tabulado el valor 1.

De acuerdo a las características que les gustaría que existiera en un lugar donde la tensión física y psicológica no existe, tenemos las siguientes: Acercamiento con la naturaleza el 46,80%, Aromas naturales el 40,40% y Música instrumental el 33,30%.

¿Le gustaría contar con un lugar totalmente ecológico, con servicios de meditación y renovación de autoestima?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Si	153	97,5	97,5	97,5
	No	4	2,5	2,5	100,0
	Total	157	100,0	100,0	

¿Le gustaría contar con un lugar totalmente ecológico, con servicios de meditación y renovación de autoestima?



La interrogante fue si les gustaría contar con un lugar totalmente ecológico, con servicios de meditación y renovación de autoestima, y el 97,45% contestaron que si les gustaría contar con un lugar así, mientras que el 2,55% no les gustaría.

Frecuencias Servicios de Tashay Spa

	Respuestas		Porcentaje de casos	
	Nº	Porcentaje		
Servicios adicionales de Tashay Spa	Servicios de Tashay Spa Camino por rocas volcánicas	44	21,0%	28,0%
	Servicios de Tashay Spa Refugio donde desecha las malas vibras mediante un grito	63	30,0%	40,1%
	Servicios de Tashay Spa Meditación en contacto con la naturaleza	103	49,0%	65,6%
Total		210	100,0%	133,8%

a. Agrupación de dicotomías. Tabulado el valor 1.

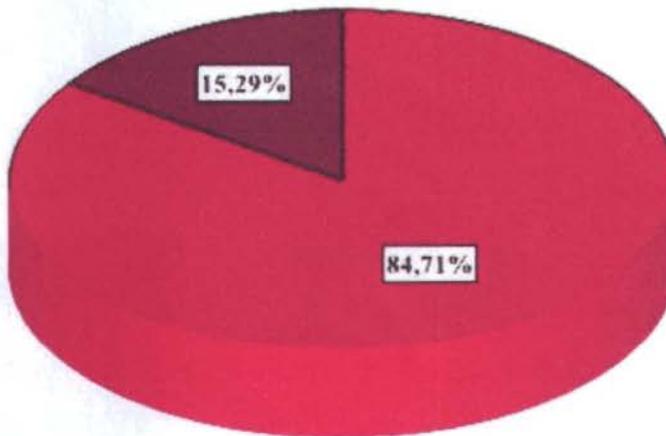
La pregunta era la siguiente: Le agradaría conocer y ser partícipe de los servicios de Akasha spa, entre las cuales se pusieron los siguientes: camino por rocas volcánicas contestaron el 28% que si les gustaría contar con ese servicio, refugio donde desecha las malas vibras mediante un grito tenemos el 40,10% y meditación en contacto con la naturaleza el 65,60%.

¿Le gustaría tener membresía mensual de Akasha Spa?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Si	133	84,7	84,7	84,7
	No	24	15,3	15,3	100,0
	Total	157	100,0	100,0	

¿Le gustaría tener membresía mensual de Akasha Spa?

■ Si
■ No



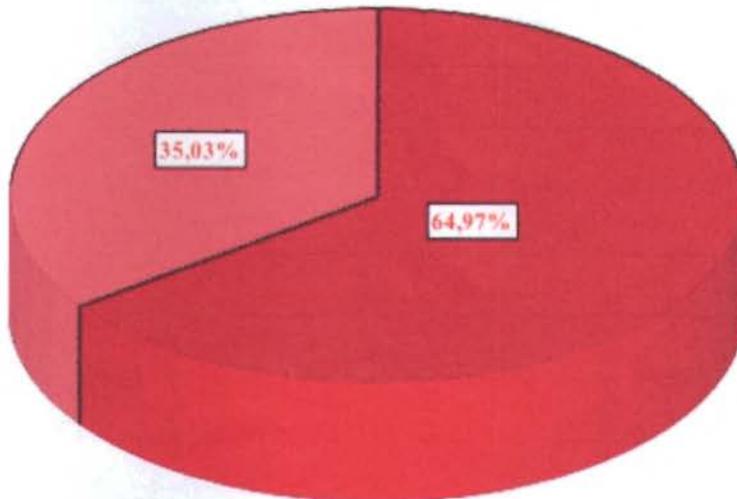
De acuerdo a lo encuestado, podemos observar que el 84,70% si les gustaría contar con una membresía mensual mientras que el 15,30% no les gustaría contar con la membresía.

¿Estaría dispuesto a pagar \$130 mensualmente por una membresía en Akasha Spa?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Si	102	65,0	65,0	65,0
	No	55	35,0	35,0	100,0
	Total	157	100,0	100,0	

¿Estaría dispuesto a pagar \$130 mensualmente por una membresía en Akasha Spa?

■ Si
■ No



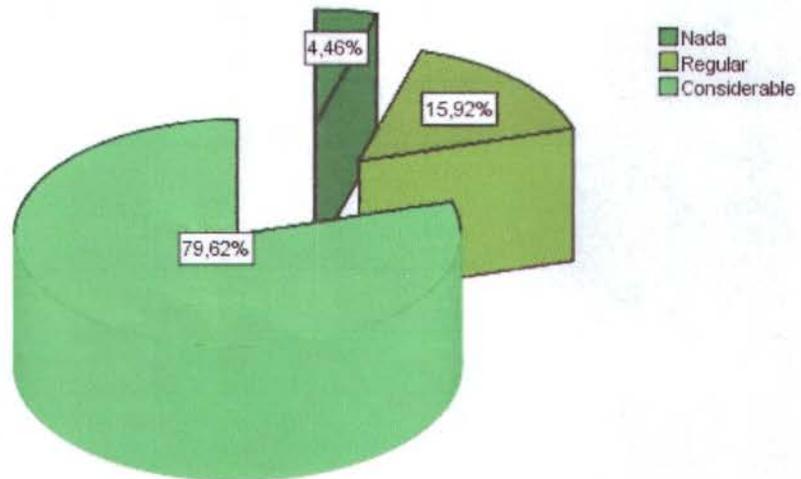
Si les gustaría contar con la membresía y estarían dispuestos a pagar mensualmente \$130, definiendo los servicios que vayan a utilizar, el 64,97% si estaría de acuerdo, a diferencia del 35,03% que no estarían dispuestos a pagar ese valor mensualmente.

En el intervalo de 1 - 3 ¿Qué nivel de importancia le da usted a la relajación personal y contacto ambiental?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos Nada	7	4,5	4,5	4,5
Regular	25	15,9	15,9	20,4
Considerable	125	79,6	79,6	100,0
Total	157	100,0	100,0	

Como podemos darnos cuenta el nivel de importancia que le dan a la relajación personal y contacto ambiental es el 79,60% considerable, mientras que el 4,5% no consideran nada importante la relajación personal ni el contacto ambiental.

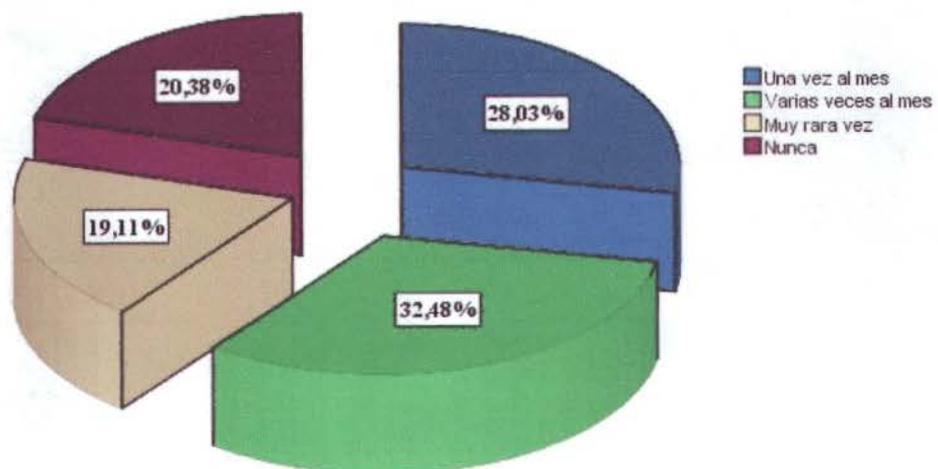
En el intervalo de 1 - 3 ¿Qué nivel de importancia le da usted a la relajación personal y contacto ambiental?



Con qué frecuencia visita usted un Spa

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Una vez al mes	44	28,0	28,0
	Varias veces al mes	51	32,5	60,5
	Muy rara vez	30	19,1	79,6
	Nunca	32	20,4	100,0
	Total	157	100,0	100,0

Con qué frecuencia visita usted un Spa

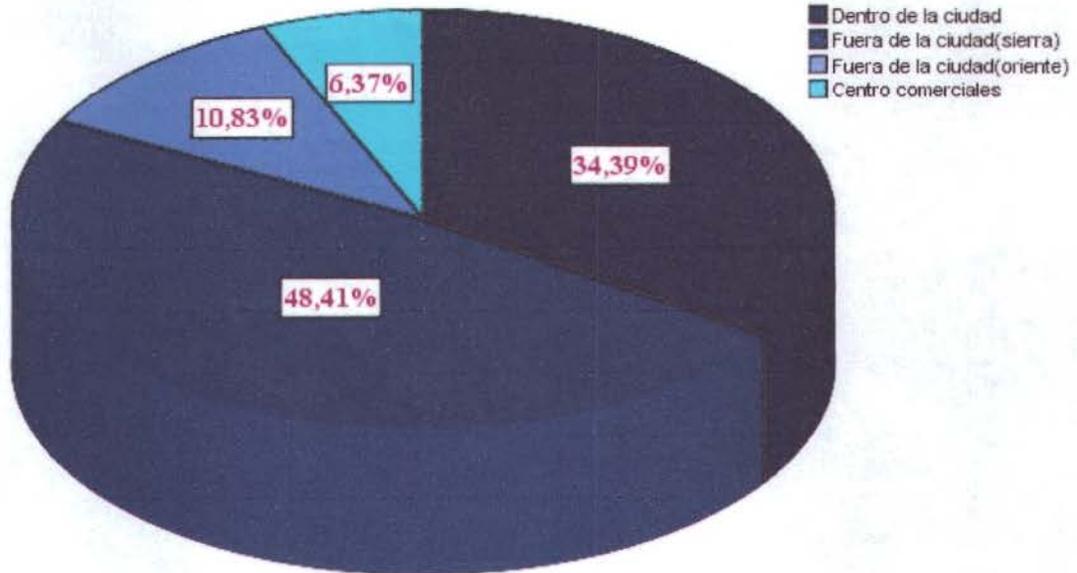


Podemos observar que la frecuencia que tiene al visitar un spa es varias veces al mes que comprende el 32,48%, una vez al mes el 28,03%, el 20,38% nunca, mientras que el 19,11% muy rara vez.

En qué zona le gustaría la ubicación de un spa

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos Dentro de la ciudad	54	34,4	34,4	34,4
Fuera de la ciudad(sierra)	76	48,4	48,4	82,8
Fuera de la ciudad(oriente)	17	10,8	10,8	93,6
Centro comerciales	10	6,4	6,4	100,0
Total	157	100,0	100,0	

En qué zona le gustaría la ubicación de un spa



Entre las diferentes opciones que les dimos para que nos digan en que zona les gustaría la ubicación de un spa, nos indicaron lo siguiente:

El 48,41% les gustaría que esté ubicado fuera de la ciudad en la parte de la sierra, el 34,39% dentro de la ciudad, el 10,83% fuera de la ciudad en el oriente mientras que el 6,37% indicaron que en centros comerciales.

Frecuencias Servicios asocia Spa

		Respuestas		Porcentaje de casos
		Nº	Porcentaje	
Servicios con los que asocia un Spa	Servicios con los que asociaría el Spa Viajes turísticos	68	30,5%	43,6%
	Servicios con los que asociaría el Spa Cepillados y depilaciones	32	14,3%	20,5%
	Servicios con los que asociaría el Spa Expresión corporal	70	31,4%	44,9%
	Servicios con los que asociaría el Spa Tratamiento para adelgazar	53	23,8%	34,0%
Total		223	100,0%	142,9%

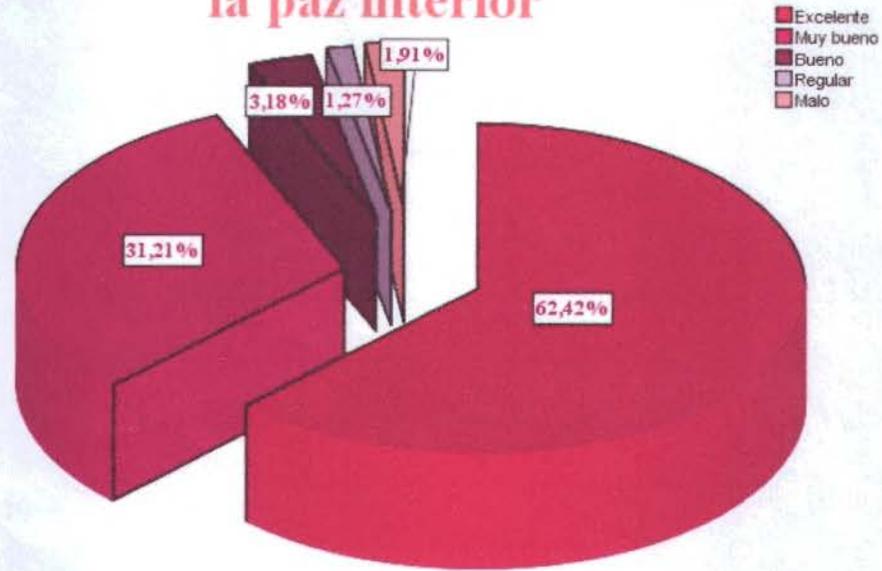
a. Agrupación de dicotomías. Tabulado el valor 1.

Con que servicios asociaría a un spa, nos indicaron que lo asocian: el 44,90% con expresión corporal, el 43,60% con Viajes turísticos fuera de la ciudad, el 34% con tratamientos para adelgazar y el 20,50% con Cepillados y depilaciones.

En qué nivel de preferencia se encuentra el preservar la naturaleza con el encuentro de la paz interior

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Excelente	98	62,4	62,4	62,4
	Muy bueno	49	31,2	31,2	93,6
	Bueno	5	3,2	3,2	96,8
	Regular	2	1,3	1,3	98,1
	Malo	3	1,9	1,9	100,0
	Total	157	100,0	100,0	

En qué nivel de preferencia se encuentra el preservar la naturaleza con el encuentro de la paz interior



De acuerdo al nivel de preferencia que se encuentra actualmente el preservar la naturaleza con el encuentro de la paz interior, lo consideran el 62,42% excelente, el 31,21% bueno, mientras que el 1,91% lo consideran malo.

Frecuencias Factores limitantes

		Respuestas		Porcentaje de casos
		Nº	Porcentaje	
Factores limitantes al adquirir servicio	Factores limitantes al adquirir un servicio de un Spa Precio	50	21,2%	31,8%
	Factores limitantes al adquirir un servicio de un Spa Ambiente	22	9,3%	14,0%
	Factores limitantes al adquirir un servicio de un Spa Infraestructura	23	9,7%	14,6%
	Factores limitantes al adquirir un servicio de un Spa Falta de Tiempo	54	22,9%	34,4%
	Factores limitantes al adquirir un servicio de un Spa Calidad del servicio	45	19,1%	28,7%
	Factores limitantes al adquirir un servicio de un Spa Mala atención de reservaciones	42	17,8%	26,8%
	Total	236	100,0%	150,3%

a. Agrupación de dicotomías. Tabulado el valor 1.

Con esta pregunta se quiso analizar los factores que limitan al momento de adquirir un servicio de spa y se obtuvo los siguientes resultados:

La falta de tiempo el 34,40%

Precio el 31,80%

Calidad del servicio el 28,70%

Mala atención de reservaciones el 26,80%

Infraestructura el 14,50%

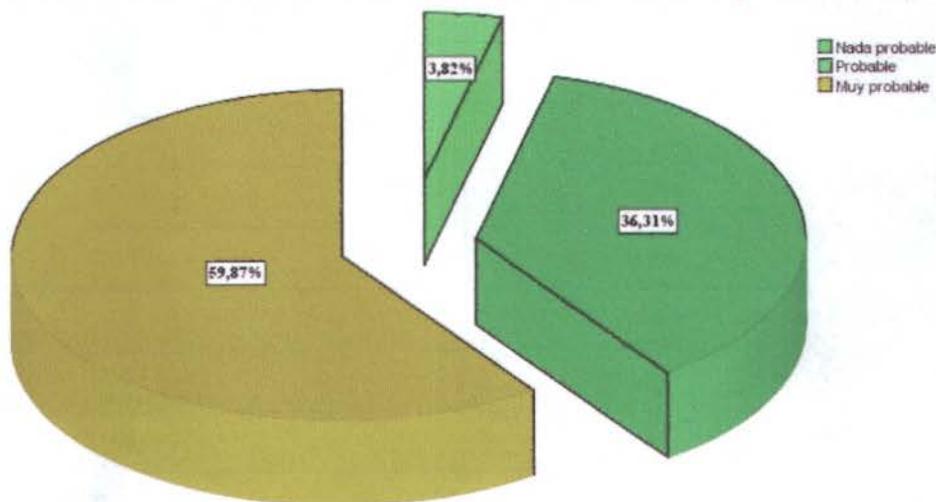
Ambiente el 14%

Estos son los resultados al nivel de importancia al considerar un limitante cuando se desea adquirir un servicio de spa.

Qué tan probable es que usted visita un Spa especializado en dar un ambiente natural con atención personalizada

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Nada probable	6	3,8	3,8	3,8
	Probable	57	36,3	36,3	40,1
	Muy probable	94	59,9	59,9	100,0
	Total	157	100,0	100,0	

Qué tan probable es que usted visita un Spa especializado en dar un ambiente natural con atención personalizada

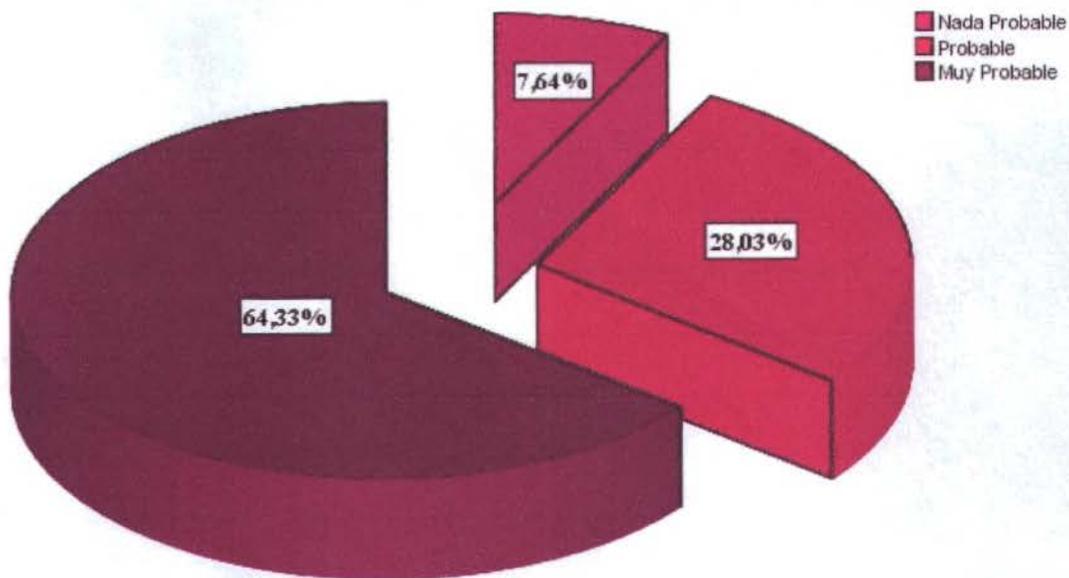


El 59,87% es muy probable de que visitarían un spa especializado en dar un ambiente natural con atención personalizada, mientras que el 3,82% sería nada probable de que asistan a un lugar que tengo este tipo de servicio.

Qué tan probable es que éste preparado para viajar por recibir servicios personalizados en un ambiente natural y totalmente orgánico

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Nada Probable	12	7,6	7,6	7,6
	Probable	44	28,0	28,0	35,7
	Muy Probable	101	64,3	64,3	100,0
	Total	157	100,0	100,0	

Qué tan probable es que este preparado para viajar por recibir servicios personalizados en un ambiente natural y totalmente orgánico



La probabilidad de que nuestros posibles clientes estén preparados para viajar por recibir servicios personalizados en un ambiente natural y totalmente orgánico; tenemos que el 64,33% es muy probable de que estén preparados, el 28,03% podrían estar preparados pero el 7,64% no tiene ninguna probabilidad de que estén preparados.

4. PLAN DE MARKETING PARA EL LANZAMIENTO DE NUEVOS PRODUCTOS

Tener diferentes tipos de formas de pagos para que los huéspedes tengan acceso a visitar las instalaciones a costos que sean asequibles en su economía y puedan disfrutar de diferentes servicios.

4.1 ANÁLISIS ESTRATÉGICO:

4.1.1 ESTRUCTURA DE LA CULTURA CORPORATIVA: MISION, VISION, PRINCIPIOS Y VALORES.

4.1.1.1 MISION.

En Akasha spa ofrece y promete servicios basados en liberar la tensión y dejar al visitante libre de carga emocional y que su aura este llena de buenas energías para su cuerpo cumpliendo con los estándares de calidad y contando con un personal especializado y capaz para poder entender las necesidades de las personas de buscar nuestro servicio.

Satisfaciendo de manera integral los más exigentes requerimientos de clientes, apostando por el profesionalismo y compromiso de colaboradores con el único fin de otorgarle una estancia simplemente inolvidable.

4.1.1.2 VISION.

Consolidar como una cadena de servicios con presencia en todo el Ecuador, ofreciendo un lugar y diversos servicios fuera de lo tradicional; conquistando el corazón de la mayor parte de las familias ecuatorianas.

4.1.1.3 PRINCIPIOS Y VALORES.

- ✚ Calidad
- ✚ Innovación
- ✚ Satisfacción al cliente
- ✚ Compromiso
- ✚ Valores éticos
- ✚ Equilibrio emocional

4.1.2 PLANTEAMIENTO DE OBJETIVOS: DE MARKETING Y DE POSICIONAMIENTO

4.1.2.1 MARKETING

- Incrementar las ventas en el mercado interno en proporción a la inflación actualmente, 5% al año en términos reales en los próximos 3 años.
- Duplicar las ventas en 2 años.

4.1.2.2 POSICIONAMIENTO

- Llegar a ser un lugar significativo en la mente de los clientes en el momento en que ellos decidan darse un viaje de relajación.
- Lograr que la marca de Akasha Spa sea reconocida y recordada como la número uno en posiciones de lugares de mejor contacto con la naturaleza.

4.2 DESARROLLO DE LA CARTERA DE PRODUCTOS

La fusión de los cinco elementos: fuego, tierra, aire, agua y espíritu brindará a los invitados, las inesperadas experiencias provocando en ellos el deseo de seguir inmerso en la paz, tranquilidad y armonía que solo Akasha spa ofrece:

- ✓ Baños de barro
- ✓ Baños de cajón
- ✓ Limpieza estomacal
- ✓ Limpieza de oídos
- ✓ Desintoxicación iónica
- ✓ Masajes corporales
- ✓ Masajes de Pies

4.2.1 FODA

FORTALEZA:

- 1.- Posicionamiento de la marca Akasha Spa en la población prefiriendo así, optar por lo natural.
- 2.- Producto diferenciado: No se encuentra ningún hotel spa en la región sierra que ofrezca el servicio de spa.
- 3.-Ubicación estratégica: gracias a su localización cercana a los atractivos turísticos facilitara el cómodo desplazamiento de los turistas a lugares como Chordeleg, el Rio paute y como alternativa visitar una de las ciudades más conocidas del ecuador “Cuenca”
- 4.-Personal altamente especializado capaz de responder con profesionalismo cualquier inconveniente y brindando el mejor servicio.
- 5.-Construcción del establecimiento con materiales de la zona, tales como, piedra, rocas volcánicas, y madera certificada.
- 6.-Equipos altamente seleccionados y con garantía para la organización del spa.

OPORTUNIDADES

- 1.-Participación del Gobierno de Gualaceo en toda la actividad turística como fuente clave de ingresos viéndose reflejado en el sitio web del municipio.

2.- El interés por el cuidado de la salud se va incrementando. Hombres y mujeres se ven obligados a mantenerse sanos mental y psicológicamente; debido a la competencia laboral que existe.

DEBILIDADES

- 1.-Estancia poco prolongada.
- 2.- Ser una empresa joven en el mercado
- 3.-Significativa inversión para la realización del establecimiento.
- 4.-Falta de Tiempo en consumidores
- 5.-Poca experiencia y conocimiento del mercado.

AMENAZAS

- 1.-Falta de seguridad para el turista (robos)
- 2.-Competencia con conocimiento del área y mercado.
- 3.-Incremento del valor de la canasta básica familiar.
- 4.- Tiempo de traslado de los clientes hasta las instalaciones.
- 5.-Deforestación de zonas boscosas.

4.3 ANÁLISIS DEL COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR

4.3.1 ANALISIS DEL CLIENTE:

- 4.3.1.1 ¿QUÉ COMPRA? ¿CÓMO COMPRA? ¿POR QUÉ COMPRA?
¿CUÁNDO COMPRA? ¿CUÁNTO COMPRA CADA VEZ?
¿DÓNDE COMPRA? ¿QUIÉN COMPRA?

De acuerdo a los diferentes estudios realizados se pudo observar que muchas personas son de la idea que al momento de adquirir algún tipo de servicio que sea para el bienestar físico, mental y libre de tensiones, no ven el precio, ni el valor, debido a que lo importante es obtener un excelente servicio sin pensar en el costo que este amerita y por consiguiente en la satisfacción personal.

Por ende también se pudo demostrar que el servicio que Akasha spa va a ofrecer, es del agrado de los posibles clientes, debido a que es algo totalmente distinto e innovador a los tradicionales spa en los que luego de recibir el servicio, inmediatamente se ponen en contacto con la vida rutinaria, entre los cuales se incluye la bulla y la contaminación; es decir, que Akasha spa es el lugar donde los cliente se dan cuenta que luego de su terapia de relajación se seguirán manteniendo en un ambiente totalmente natural y tranquilo.

4.3.1.2 SEGMENTACIÓN DE MERCADO Y PERFIL DEL CONSUMIDOR

El mercado de Akasha spa está encaminado a familias, parejas, estudiantes, personas solas, en general gente que esté dispuesta a dejar en las manos de Akasha spa su liberación completa de su aura y su estado mental.

Las personas buscan un lugar totalmente natural a precios totalmente accesibles para poder disfrutar de días completamente relajantes y regresar a su vida cotidiana totalmente renovados.

4.4 POSICIONAMIENTO

4.4.1 ESTRATEGIAS DE POSICIONAMIENTO Y/O DIFERENCIACION

De acuerdo al proyecto que se quiere lanzar al mercado, en el cual se ofrece diferentes tipos de servicios para la relajación, tenemos diferentes tipos de posicionamiento, entre los cuales podemos detallar y especificar cómo funcionan, a continuación:

Posicionamiento basado en las características del servicio:

Este tipo de funcionamiento trata de centrar el servicio 100% natural, de un ambiente con infraestructura en la cual tendrá la naturaleza como fuente principal y que es una característica que no se encuentra en los spa de la competencia.

Posicionamiento respecto al beneficio que reporta el servicio:

En este posicionamiento lo fundamental es enfocar el servicio como ayuda a obtener un cuerpo libre de tensión y que además ayuda al desarrollo personal del ser humano y su organismo, y por estar en contacto con la naturaleza ayudará a que valoren más el ecosistema.

Posicionamiento de acuerdo al estilo de vida:

El servicio está dirigido para personas que deseen estar en un lugar donde no exista contaminación, mejorar sus hábitos, o personas que gustan de cuidar la naturaleza.

Diferenciación del producto (Apropiarse de un atributo)

Esta estrategia es similar a la estrategia de posicionamiento basada en la característica del servicio porque la diferenciación del servicio radica en que estén en contacto con la naturaleza; algo que es totalmente diferente a todos los spa que se dedican a dar servicios de bellezas y relajamiento en el mercado guayaquileño.

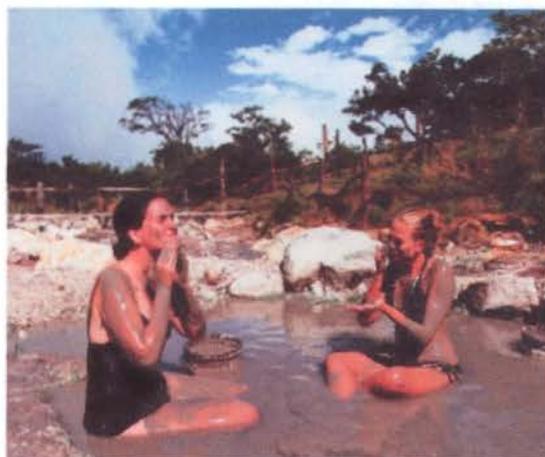
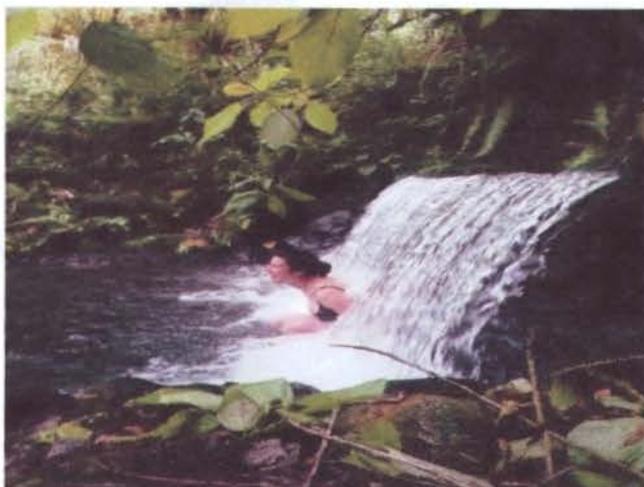
4.5 MARKETING MIX

4.5.1 ESTRATEGIAS DE PRODUCTO

Enfocarse en el mercado brindando un lugar donde el ambiente principal es la naturaleza, para que el cliente obtenga un equilibrio físico y mental en todas las instalaciones.

4.5.2 PRESENTACIÓN.

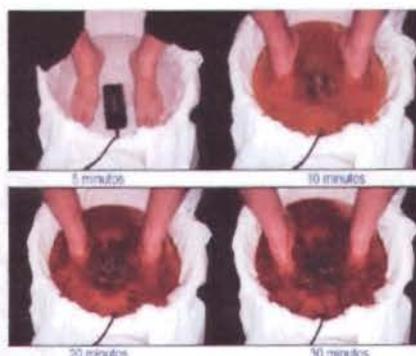




4.5.3 CARACTERÍSTICAS/ATRIBUTOS

Akasha Spa cuenta con diferentes espacios pero todos serán en contacto con la naturaleza. Entre los cuales encontrarán:

- Cabañas
- Cascada
- Baño de Barro
- Masajes Corporal
- Masajes de pies



- Desintoxicación Iónica
- Internet banda ancha (sin costo)
- Limpieza de oídos
- Desintoxicación estomacal
- Baño de cajón

Todos estos servicios los encontrará en Akasha Spa.

4.6 ESTRATEGIAS DE BRANDING

4.6.1 MARCA

La marca es **AKASHA SPA**

4.6.2 SLOGAN

Donde solo la naturaleza será tu refugio.

4.6.3 LOGOTIPO



4.6.4 ISOTIPO



4.6.5 PERSONALIDAD DE MARCA

La descripción de la personalidad de la marca se concentra en las diferentes cualidades, debe ser coherente y creíble. La falta de personalidad al igual que en la de los individuos no nos deja conocer en su totalidad el servicio que se va a ofrecer.

Podemos definir las siguientes:

- Mujer
- Alta
- Delgada
- Le encanta estar en contacto con la naturaleza.
- Le fascina hacer ejercicio al aire libre.

4.7 ESTRATEGIAS DE PRECIO

PAQUETES DE AKASHA SPA

Se ha formado 3 paquetes distintos, entre los cuales se va a especificar cuáles son los servicios a recibir y lo que se da de cortesía y obsequios:

PREMIUM	\$ 300
Cruce de los 7 tramos	
Masaje Corporal	
Masaje para pies	
Desintoxicación iónica	
Baños de Cajón	
Baños de Barro	
Limpieza estomacal	
Limpieza de Oídos	
Hospedaje: 3 días y 2 noches	
Desayunos Continental/ Americano	
Tour de Alojamiento: Chordeleg-Paute-Cuenca	

Cortesía:
1 Vaso de jugo con minerales
Desayuno continental/americano
2 Break de Frutas
1 Buffet Nocturno
Coctel Akasha
Banda ancha de Internet
Obsequios:
1 Vela aromática
1 Aceite corporal con aroma para masajes
1 Cupón de dscto registrado en el spa para su próxima visita

- Niños menores de 12 años de edad pagan medio precio, acompañados por un adulto en la misma cabina.
- Para las reservaciones con niños o jóvenes se recomienda contratar un guía privado, así la familia puede gozar de la naturaleza al mismo ritmo de sus niños.

CLASICO

Cruce de los 7 tramos	\$ 210
Masaje Corporal	
Masaje para pies	
Desintoxicación iónica	
Baños de Cajón	
Baños de Barro	
Limpieza estomacal	
Limpieza de Oídos	
Hospedaje: 2 días y 1 noche	
Desayunos Continental/ Americano	
Tour de Alojamiento: Chordeleg	

Cortesía:

1 Vaso de jugo con minerales
Desayuno continental/americano
2 Break de Frutas
1 Buffet Nocturno
Coctel Akasha
Banda ancha de Internet

Obsequios:

1 Vela aromática
1 Aceite corporal con aroma para masajes
1 Cupón de dscto registrado en el spa para su próxima visita

- Niños menores de 12 años de edad pagan medio precio, acompañados por un adulto en la misma cabina.
- Para las reservaciones con niños o jóvenes se recomienda contratar un guía privado, así la familia puede gozar de la naturaleza al mismo ritmo de sus niños.

BASICO	\$ 160
Cruce de los 7 tramos	
Masaje Corporal	
Masaje para pies	
Desintoxicación iónica	
Baños de Cajón	
Baños de Barro	
Limpieza estomacal	
Limpieza de Oídos	
Hospedaje: 1 día y 1 noche	
Desayunos Continental/ Americano	

Cortesía:
1 Vaso de jugo con minerales
Desayuno continental/americano
2 Break de Frutas
1 Buffet Nocturno
Coctel Akasha
Banda ancha de Internet
Obsequios:
1 Vela aromática
1 Aceite corporal con aroma para masajes
1 Cupón de dscto registrado en el spa para su próxima visita

- Niños menores de 12 años de edad pagan medio precio, acompañados por un adulto en la misma cabina.
- Para las reservaciones con niños o jóvenes se recomienda contratar un guía privado, así la familia puede gozar de la naturaleza al mismo ritmo de sus niños.



4.7.1 COSTO+UTILIDAD

Utilizar esta estrategia la cual consiste en determinar los siguientes costos y gastos; materia prima requerida, equipos, sueldo y salarios, terreno, luz, agua y teléfono, publicidad, a la suma de estos costos se le impondrá un 60 % de margen de utilidad.

4.7.2 COMPETENCIA

Demostrar que es un spa donde el cliente encontrará a demás de relajación un ambiente completamente natural y las terapias de relajación que les dará una satisfacción tanto física como psicológica.

4.7.3 VALOR PERCIBIDO

Muchas personas dijeron que realmente por un excelente servicio que les va a causar beneficios personales no ven el precio del mismo sino la calidad y los beneficios que van a obtener de Akasha spa.

Mientras que otras personas también indicaron que mientras exista la excelente calidad de atención y servicio, si les importa también el precio que les va a causar disfrutar de estos beneficios.

4.7.4 DE PENETRACIÓN

Fijar un precio inicial accesible, para de esta forma conseguir una penetración de mercado rápida y eficaz, es decir, para atraer rápidamente a un gran número de consumidores y conseguir una gran cuota de mercado.

De esta forma obtendremos un elevado volumen de ventas el cual ayudara a reducir los costes de mantenimiento, permitiéndonos bajar los precios.

4.8 ESTRATEGIAS DE PROMOCION DE VENTAS Y MOTIVACIÓN PACIENTES:

4.8.1 SORTEOS, REGALOS, PREMIOS

Para conquistar un mayor número de clientes en el spa utilizaremos las siguientes estrategias:

- En el día de Inauguración se obsequiará una fundita pequeña la cual contendrá; un jabón de glicerina natural, una vela aromática con su respectivo porta vela.
- En días festivos tendremos un descuento del 5% en la compra de su paquete de servicio a recibir.
- Si se trata de un grupo de estudiantes, y este es mayor a 20 alumnos, se dará un descuento del 10% en el valor de la compra de paquetes.
- Los días de la madre y del padre se les regalará un pequeño pero significativo obsequio para ellos.
- Coctel de cortesía.

4.9 ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN

Realizaciones de cumbres internacionales y nacionales (enlaces sabatinos expuestos por el presidente de la república) exponiéndolo ante países vecinos, lo que daría como resultado un nuevo mercado.

4.9.1 IDENTIFICACIÓN DE LA AUDIENCIA OBJETIVO Y DISEÑO DEL MENSAJE

La publicidad está dirigida para un segmento de mercado que son hombres y mujeres de todas las edades que buscan liberarse de toda la tensión que traen consigo, ya sea ésta física o emocionalmente.

4.9.2 SELECCIÓN DE LOS CANALES DE COMUNICACIÓN: PLAN DE MEDIOS

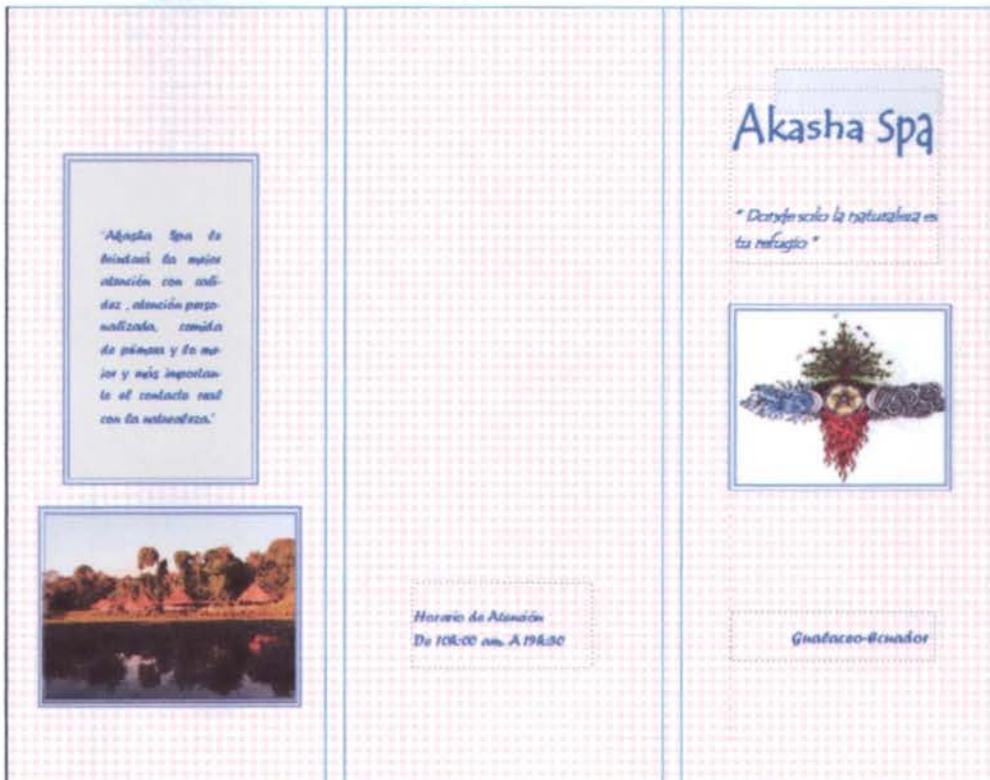
La publicidad que va a tener Akasha spa será por prensa escrita, la misma que realizaremos por medio de un anuncio, el cual será publicado en la Revista en diario El Universo los 3 primeros meses, apareciendo el primer domingo de cada mes.

Además se entregaran trípticos a los habitantes cercanos al lugar donde está ubicado Akasha spa.

4.9.3 DISEÑO DE PUBLICIDAD: TV (VIDEO), RADIO (AUDIO) Y PRENSA (IMPRESO). (SOLO PRESENTAR UNO).

Se eligió la elaboración de trípticos los cuales se repartirán a los habitantes cercanos de la zona donde está ubicado el spa.

4.9.4 DISEÑO MATERIAL POP: DIPTICO, TRIPTICO, HEXAGONALES, HABLADOR Y AFICHES (SOLO PRESENTAR UNO).



Servicios y Beneficios

Limpieza Iónica

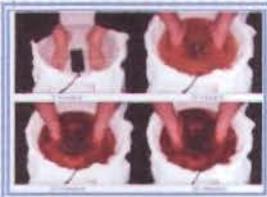
Al sumergir sus pies en un recipiente con agua alcalinizada nuestro equipo se encarga de extraer las toxinas de su cuerpo mediante un proceso de ionización que dura 30 minutos.

• **Beneficios:**

Purifica la sangre y drena el sistema linfático.

Regula desordenes hormonales

Elimina toxinas y metales pe-



Baño de Cañón

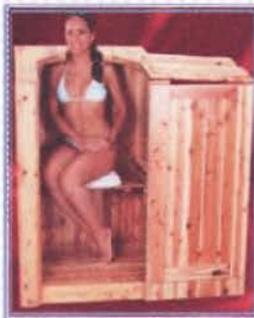
Al entrar el cuerpo en un cañón de madera se pone en contacto con el calor y hace que elimine grasa y toxinas acumuladas en el organismo.

• **Beneficios:**

Ayuda a bajar de peso.

Alivia dolores musculares.

Abre los poros de la piel y elimina células muertas.



Camas de Masajes

Térmicas

• **Beneficios:**

Recupera la flexibilidad de la columna vertebral-

Retarda el envejecimiento celular.

Elimina quistes, fibromas, miomas.

Restablece y consolida la salud de los órganos; hígados, páncreas, vesícula, riñones,



4.9.5 DISEÑO DE VALLAS

AKASHA SPA

"Donde solo la Naturaleza es tu Refugio"

Gualaceo - Ecuador

4.9.6 COBRANDIG

- A los socios dinners que difieran sus consumos, serán acreedores a un 10% de descuento.



- A los clientes se les obsequiará un descuento del 5% en Aromas y Recuerdos por una visita a Akasha Spa por tres veces consecutivas en un mes.

Aromas y Recuerdos

4.10 ESTRATEGIAS DE DISTRIBUCION: PUNTOS DE VENTA Y ALMACEN

4.10.1 COBERTURA: NUMERO DE PDV Y UBICACIÓN

Dentro de este proyecto se ofrecen servicios entonces no tendríamos puntos de ventas ni almacén, por ende, no existiría estrategias de distribución.

4.10.2 MERCHANDISING: DISEÑO DE TIENDA Y DE PERCHAS

De acuerdo al tipo de spa que es Akasha spa, se define el diseño del mismo de la siguiente manera:



4.10.3 SELECCIÓN DEL CANAL

El canal que se va a manejar en este proyecto, va a ser canal directo, debido a que se trata de ofrecer un servicio, y por ende, se va a tener contacto directo con los clientes.

4.11 ESTRATEGIAS DE E – MARKETING

4.11.1 WEB SITE (HOME PAGE)

	Gualaceo - Ecuador	
<ul style="list-style-type: none"> Página principal Acerca de nosotros Info. de contacto Lista de servicios Lista de proyectos 	<h1>AKASHA SPA</h1>	
	<p>En Akasha Spa obtendrá una sensación de relax, bienestar, salud y calidez, en un lugar acogedor, ya que estará en unión muy frecuentemente con la naturaleza, debido a que existirá un acercamiento con el ambiente puro donde el respirar será un placer, debido a que está fuera de la contaminación, vivirá una mezcla de prácticas milenarias y disciplinas innovadoras, para alcanzar el máximo nivel físico, mental y espiritual.</p> <p>La diferencia con otros lugares de distracción es que aquí encontrará silencio, paz, armonía, relajación en otros lugares podrá encontrar algo parecido pero no lo mismo porque aquí vivirá un contacto con la naturaleza.</p> 	
	<p>Información de contacto:</p> <p>Teléfono: 07 2 289 567. Fax: 07 2 289 568. Correo: akashaespa@hotmail.com</p>	
<p style="text-align: center;"> Página principal Acerca de nosotros Info. de contacto Lista de servicios Lista de proyectos </p>		

Gualaceo - Ecuador

AKASHA SPA

[Página principal](#)

[Acerca de nosotros](#)

[Info. de contacto](#)

[Lista de servicios](#)

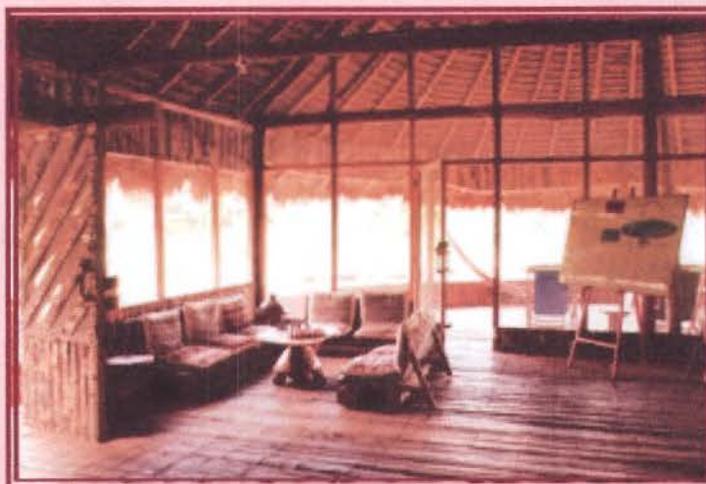
[Lista de proyectos](#)

- **MISIÓN.**

Ofrecer una gama de alternativas y soluciones tanto en disminución de tensión como asesorías para una eficiente operación en relajamiento. Convirtiéndonos en un ideal para contribuir y colaborar con el excelente servicio que presta Tashay Spa, con servicios adicionales que ningún otro centro puede ofrecer debido a su infraestructura.

- **VISIÓN.**

Es el compromiso de entregar oportunamente el servicio requerido, a través de la responsabilidad que nos caracteriza por suplir sus necesidades.



Información de contacto:

Teléfono: 07 2 280 567.

Fax: 07 2 289 568.

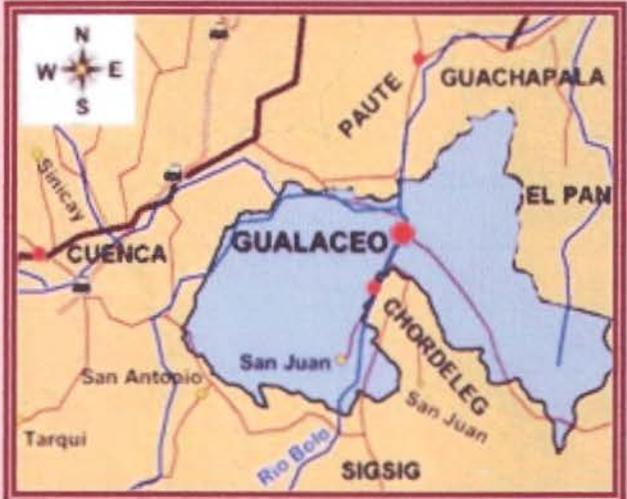
Correo: akashaspa@hotmail.com

[Página principal](#) | [Acerca de nosotros](#) | [Info. de contacto](#) | [Lista de servicios](#) | [Lista de proyectos](#)

Gualaceo - Ecuador

AKASHA SPA

UBICACIÓN:
Gualaceo - ECUADOR
Nombrada ciudad "Patrimonio Nacional de la Nación" por su arquitectura colonial el año 2.002.
El Spa Akasha está ubicado a tanto solo 36 Km de Cuenca



CUENCA
PAUTE
GUACHAPALA
EL PAN
GUALACEO
CHORDELEG
SIGSIG
San Juan
San Antonio
Tarqui
Rio Bolo

Teléfono: 07 2 289 567.
Fax: 07 2 289 568.
Correo: akashaspa@hotmail.com

[Página principal](#) | [Acerca de nosotros](#) | [Info. de contacto](#) | [Lista de servicios](#) | [Lista de proyectos](#)

Gualaceo - Ecuador

AKASHA SPA

[Página principal](#)

[Acerca de nosotros](#)

[Info. de contacto](#)

[Lista de servicios](#)

[Lista de proyectos](#)

PREMIUM	\$ 300	CLASICO	\$ 210
Cruce de los 7 tramos		Cruce de los 7 tramos	
Masaje Corporal		Masaje Corporal	
Masaje para pies		Masaje para pies	
Desintoxicación iónica		Desintoxicación iónica	
Baños de Cajón		Baños de Cajón	
Baños de Barro		Baños de Barro	
Limpieza estomacal		Limpieza estomacal	
Limpieza de Oídos		Limpieza de Oídos	
Hospedaje: 3 días y 2 noches		Hospedaje: 2 días y 1 noche	
Desayunos Continental/ Americano		Desayunos Continental/ Americano	
Tour de Alojamiento: Chordeleg-Paute- Cuenca		Tour de Alojamiento: Chordeleg	
Cortesía:		Cortesía:	
1 Vaso de jugo con minerales		1 Vaso de jugo con minerales	
Desayuno continental/americano		Desayuno continental/americano	
2 Break de Frutas		2 Break de Frutas	
1 Buffet Nocturno		1 Buffet Nocturno	
Coctel Akasha		Coctel Akasha	
Banda ancha de Internet		Banda ancha de Internet	
Obsequios:		Obsequios:	
1 Vela aromática		1 Vela aromática	
1 Aceite corporal con aroma para masajes		1 Aceite corporal con aroma para masajes	
1 Cupón de descuento registrado en el spa para su próxima visita		1 Cupón de descuento registrado en el spa para su próxima visita	

BASICO	\$ 160
Cruce de los 7 tramos	
Masaje Corporal	
Masaje para pies	
Desintoxicación iónica	
Baños de Cajón	
Baños de Barro	
Limpieza estomacal	
Limpieza de Oídos	
Hospedaje: 1 día y 1 noche	
Desayunos Continental/ Americano	
Cortesía:	
1 Vaso de jugo con mineral es	
Desayuno continental/americano	
2 Break de Frutas	
1 Buffet Nocturno	
Coctel Akasha	
Banda ancha de Internet	
Obsequios:	
1 Vela aromática	
1 Aceite corporal con aroma para masajes	
1 Cupón de descuento registrado en el spa para su próxima visita	

[Página principal](#) | [Acerca de nosotros](#) | [Info. de contacto](#) | [Lista de servicios](#) | [Lista de proyectos](#) ...

Gualaceo - Ecuador

AKASHA SPA

- El Desecho**

Es aquí donde se va a recordar todo lo que no sirve de cada una de los momentos vividos y se mira directamente la ronda se da una vuelta y se continúa con el sendero. A su vez se pueden escribir y se las deja en papel en medio de la ronda cada luna llena de cada mes ésta será quemada, para su purificación.
- Cuadros de Reflexión**

Petro con mensajes que se encuentran a lo largo del camino, con el fin de encontrar respuestas sinceras y desatar una valoración real de la vida actual.


- La Cumbre del Grito**

Donde todo anhelo que se monta en niveles anhelo que lo inspira prosperar, las penas, llanto dolor: cuando vea que todo está cargado en su caminar mira hacia las montañas y grita lo más fuerte que pueda la concentración está basada en la libertad del alma.
- El Purgatorio**

Limpieza sentimental, habitual o laboral. Eliminar todo arrepintiéndose de actos que de alguna manera ha perjudicado directa o indirectamente a los demás, o a usted mismo. Autoevaluación.
- Muro del Perdón**

Es pedir perdón por lo malo que se halla ocasionado con/ sin intención pero en silencio solo utilizando la mirada.
- La Casa del Viento**

Las palabras son de aire por lo cual se considera que hay cosas que tenemos presentes pero que jamás decimos. Aquí se llama mentalmente todo lo positivo y las visiones a futuro.
- Fuente de la Felicidad**

Este camino se encuentra con 45 cm de agua en el cual se define que cada persona es completamente libre de todo aquella carga negativa y estrés.

Página principal | Acerca de nosotros | Info. de contacto | Lista de servicios | Lista de proyectos

4.11.2 DIRECCIÓN O URL (WWW.SUNEGOCIO.COM)

La dirección de la página web es la siguiente:

www.akashspa.com y a su vez la dirección de correo electrónico es: akashspa@hotmail.com para que los clientes aparte reciban mayor información que requieran o realizar reservaciones.

4.11.3 ¿QUE CONTIENE?

En esta página web se encontrará información del spa, está dividida en 5 partes; entre las cuales tenemos las siguientes:

- ✓ Página principal, en la cual se detalla de que trata Akasha spa, dando los números de contacto, fax y correo electrónico.
- ✓ Acerca de Nosotros, en esta página se da a conocer la misión y visión de Akasha spa e incluso está una foto de cómo serían las instalaciones del spa.
- ✓ Información de contacto, se detalla la ubicación del spa y la imagen del mapa donde indica ubicación.
- ✓ Lista de servicios, aquí se detallan los 3 paquetes distintos que se han armado para los posibles cliente, en cuales esta detallado los servicios que ofrecen y los precios de cada paquete con los diferentes obsequios y lo que está incluido de cortesía en el paquete.
- ✓ Lista de proyectos, se explican en qué consisten los 7 pasos fundamentales que se darán en Akasha spa, para lograr la satisfacción de relajación completa de los clientes.

5 ANALISIS FINANCIERO

5.1 VIDA UTIL DEL PROYECTO

El proyecto tendrá una vida útil de 10 años, cabe mencionar previamente que a partir del segundo año las ventas sufrirán un incremento del 10% anual considerando la inflación, la cual se mantendrá constante.

5.2 REQUERIMIENTOS E INVERSIÓN INICIAL

INVERSION INICIAL		Años	DEPREC.	AMORTIZAC.
Terreno	60.000,00	0	-	
Vehículo	55.000,00	5	11.000,00	
Equipo de Computo	6.000,00	3	2.000,00	
M Y E	8.530,00	10	853,00	
M.P	36.500,00	10	3.650,00	
SOFTWARE	8.000,00	2		4.000,00
Gastos				
Administrativos	7.800,00	3		2.600,00
Gastos de Publicidad	9.000,00	4		2.250,00
TOTAL	\$ 190.830,00		17.503,00	8.850,00

	N° de Equipos	Costos Unitario	Total Costos
Camas térmicas	6	200,00	1.200,00
Camas de masaje hidráulicas	6	250,00	1.500,00
Sillones	5	350,00	1.750,00
Mesas Auxiliares	12	80,00	960,00
Casilleros	10	300,00	3.000,00
Línea Telefónica	3	40,00	120,00
Total		1.220,00	8.530,00

Materia Prima	Costos
Aceites Naturales	6.000,00
Velas aromáticas	1.500,00
Cremas naturales	8.000,00
Inciensos	600,00
Rocas volcánicas	4.500,00
Música instrumental	1.500,00
Ambientales	900,00
Desintoxicación iónica	10.000,00
Barro	2.500,00
Flores y pétalos	1.000,00
Total	36.500,00

5.3 ESTRUCTURA DEL FINANCIAMIENTO: PROPIO Y/O PRÉSTAMO

Este es el financiamiento que se va a realizar:

FINANCIAMIENTO		
Capital Propio	25%	47.707,50
Capital Ajeno	75%	143.122,50
Inversión Inicial		\$ 190.830,00

Y a su vez las aportaciones de capital propio tienen una repartición de porcentajes entre los 4 accionistas, como se lo detalla a continuación:

Socios	% de Aportación	Valor Aportado
Taira Cardenas	30%	14.312,25
Liseth obregón	30%	14.312,25
Katherine Sarmiento	25%	11.926,88
Andrés Quintana	15%	7.156,13
	100%	\$ 47.707,50

5.4 AMORTIZACIÓN

En el préstamo que se va a realizar, va a ser por medio de la CFN, en la cual se va a realizar a 10 años con pagos semestrales, dando 2 periodos de gracia, a una tasa de interés del 11,32% con una comisión del 1%, tal como se detalla a continuación:

BANCO	
CAPITAL	\$ 143.122,50
INTERES	11,32%
AÑOS	10
PERIODOS	2
P.G	2
COMISION	1%
I/M	6,16%
$1 - (1 + I/M)^{-N \cdot M}$	0,659040
(N*M)	
$(N \cdot M) - PG$	18
DIVIDENDO	13.377,56

PERIODOS	INTERESES	COMISION	AMORTIZACION	DIVIDENDOS	SALDO CAPIT
1	8.100,73	715,61	-	8.816,35	143.122,50
2	8.100,73	715,61	-	8.816,35	143.122,50
3	8.100,73	715,61	4.561,22	13.377,56	138.561,28
4	7.842,57	692,81	4.842,19	13.377,56	133.719,10
5	7.568,50	668,60	5.140,46	13.377,56	128.578,63
6	7.277,55	642,89	5.457,12	13.377,56	123.121,52
7	6.968,68	615,61	5.793,28	13.377,56	117.328,24
8	6.640,78	586,64	6.150,14	13.377,56	111.178,10
9	6.292,68	555,89	6.528,99	13.377,56	104.649,11
10	5.923,14	523,25	6.931,18	13.377,56	97.717,93
11	5.530,83	488,59	7.358,14	13.377,56	90.359,80
12	5.114,36	451,80	7.811,40	13.377,56	82.548,40
13	4.672,24	412,74	8.292,58	13.377,56	74.255,82
14	4.202,88	371,28	8.803,40	13.377,56	65.452,41
15	3.704,61	327,26	9.345,69	13.377,56	56.106,72
16	3.175,64	280,53	9.921,39	13.377,56	46.185,33
17	2.614,09	230,93	10.532,54	13.377,56	35.652,79
18	2.017,95	178,26	11.181,35	13.377,56	24.471,44
19	1.385,08	122,36	11.870,12	13.377,56	12.601,32
20	713,23	63,01	12.601,32	13.377,56	0,00

5.5 DETERMINACIÓN DEL INGRESOS

	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
INFLACION		3%	3%	5%	4%	6%	5%	7%	6%	6%	7%
COSTOS											
M.P	150,00	154,50	159,14	167,09	173,78	184,20	193,41	206,95	219,37	232,53	248,81
C.I.F	74,00	76,22	78,51	82,43	85,73	90,87	95,42	102,10	108,22	114,71	122,74
M.D.O	75,00	77,25	79,57	83,55	86,89	92,10	96,71	103,48	109,68	116,27	124,40
C.U	299,00	307,97	317,21	333,07	346,39	367,18	385,53	412,52	437,27	463,51	495,96
VOLUMEN (paquetes)	550,00	605,00	665,50	732,05	805,26	885,78	974,36	1.071,79	1.178,97	1.296,87	
C.P	169.383,50	191.911,51	221.657,79	253.576,51	295.670,21	341.499,09	401.944,43	468.667,21	546.465,97	643.190,44	
B.I	126.896,00	143.773,17	166.058,01	189.970,36	221.505,44	255.838,79	301.122,25	351.108,54	409.392,56	481.855,05	
IVA PAGADO	15.227,52	17.252,78	19.926,96	22.796,44	26.580,65	30.700,65	36.134,67	42.133,03	49.127,11	57.822,61	
RETENCIONES COBRADAS	1.268,96	1.437,73	1.660,58	1.899,70	2.215,05	2.558,39	3.011,22	3.511,09	4.093,93	4.818,55	
C.P	183.342,06	207.726,55	239.924,17	274.473,25	320.035,81	369.641,36	435.067,88	507.289,15	591.499,15	696.194,50	
IVA PAGADO (11)	13.958,56	15.815,05	18.266,38	20.896,74	24.365,60	28.142,27	33.123,45	38.621,94	45.033,18	53.004,06	
IVA PAGADO (1)	1.268,96	1.437,73	1.660,58	1.899,70	2.215,05	2.558,39	3.011,22	3.511,09	4.093,93	4.818,55	
RETENCIONES COBRADAS (11)	1.163,21	1.317,92	1.522,20	1.741,39	2.030,47	2.345,19	2.760,29	3.218,49	3.752,77	4.417,00	
RETENCIONES COBRADAS (1)	105,75	119,81	138,38	158,31	184,59	213,20	250,94	292,59	341,16	401,55	
VENTAS											
Margen Contribución (60%)	1,60	271.013,60	307.058,41	354.652,46	405.722,42	473.072,34	546.398,55	643.111,09	749.867,54	874.345,55	1.029.104,71
IVA COBRADO	32.521,63	36.847,01	42.558,30	48.686,69	56.768,68	65.567,83	77.173,33	89.984,10	104.921,47	123.492,56	
RETENCIONES PAGADAS	2.710,14	3.070,58	3.546,52	4.057,22	4.730,72	5.463,99	6.431,11	7.498,68	8.743,46	10.291,05	
VENTAS	300.825,10	340.834,83	393.664,23	450.351,88	525.110,30	606.502,39	713.853,31	832.352,96	970.523,56	1.142.306,23	
IVA COBRADO (11)	29.811,50	33.776,42	39.011,77	44.629,47	52.037,96	60.103,84	70.742,22	82.485,43	96.178,01	113.201,52	
IVA COBRADO (1)	2.710,14	3.070,58	3.546,52	4.057,22	4.730,72	5.463,99	6.431,11	7.498,68	8.743,46	10.291,05	
IVA NETO	15.852,94	17.961,38	20.745,39	23.732,73	27.672,36	31.961,57	37.618,77	43.863,49	51.144,83	60.197,46	
IVA NETO ANTERIOR		1.441,18	1.632,85	2.157,52	2.515,67	2.905,60	3.419,89	3.987,59	4.649,53	5.472,50	
GASTOS											
Gastos de seguros	780,00	803,40	843,57	877,31	929,95	976,45	1.044,80	1.107,49	1.173,94	1.256,11	
Gastos de servicios básicos	7.800,00	8.034,00	8.435,70	8.773,13	9.299,52	9.764,49	10.448,01	11.074,89	11.739,38	12.561,14	
Gasto de mantenimiento	540,00	556,20	584,01	607,37	643,81	676,00	723,32	766,72	812,73	869,62	
Depreciaciones	17.503,00	18.028,09	18.929,49	19.686,67	20.867,87	21.911,27	23.445,06	24.851,76	26.342,87	28.186,87	
Gastos sueldos y salarios administrativos	46.800,00	46.800,00	48.204,00	50.614,20	52.638,77	55.797,09	58.586,95	62.688,04	66.449,32	70.436,28	75.366,82
Instalaciones	2.500,00										
Publicidad	9.000,00	9.270,00	9.548,10	10.025,51	10.426,53	11.052,12	11.604,72	12.417,05	13.162,08	13.951,80	14.928,43
M Y E	8.530,00										
Gastos de constitución	1.300,00										
TOTAL GASTOS	68.130,00	82.693,00	85.173,79	89.432,48	93.009,78	98.590,37	103.519,88	110.766,28	117.412,25	124.456,99	133.168,98

5.6 DETERMINACIÓN DE COSTOS DE VENTAS

De acuerdo al proyecto, los costos de ventas van a estar expuestos por medio de los 3 paquetes de servicios que se han armado.

COSTOS DE PRODUCCION LOS 3 ITEMS EN EL AÑO 0				
	Premium	Clásico	Básico	TOTAL
M.P	70,00	50,00	30,00	150,00
C.I.F	30,00	24,00	20,00	74,00
M.D.O	25,00	25,00	25,00	75,00
C.U	125,00	99,00	75,00	299,00

5.7 DETERMINACIÓN DE GASTOS

De acuerdo a lo expuesto a continuación, se puede determinar que los gastos estimados por año, estarían comprendidos en los siguientes:

SERVICIOS BÁSICOS				
Cantidad	Servicio	Valor mensual	Meses	Total anual
1	Agua	\$ 150,00	12	\$ 1.800,00
1	Luz	\$ 450,00	12	\$ 5.400,00
1	Teléfono	\$ 50,00	12	\$ 600,00
Total		\$ 650,00		\$ 7.800,00

GASTOS GENERALES			
Gastos	Gasto mensual	Meses	Total anual
Gastos de adecuación de local	\$ 2.500,00	1	\$ 2.500,00
Gastos de depreciación	\$ 20.423,00	12	\$ 245.076,00
Gastos de seguros	\$ 65,00	12	\$ 780,00
Gasto de mantenimiento	\$ 45,00	12	\$ 540,00
Total	\$ 23.033,00		\$ 248.896,00

GASTOS ADMINISTRATIVOS					
#	Cargo	Sueldo Mensual Unitario	Sueldo mensual total	Meses	Total Anual
Sueldos administrativos					
1	Gerente General	\$ 1.200,00	\$ 1.200,00	12	\$ 14.400,00
1	Gerente Administrativo	\$ 900,00	\$ 900,00	12	\$ 10.800,00
1	Gerente de Logística	\$ 900,00	\$ 900,00	12	\$ 10.800,00
1	Gerente Financiero	\$ 900,00	\$ 900,00	12	\$ 10.800,00
4	Total	\$ 3.900,00	\$ 3.900,00		\$ 46.800,00

GASTO BENEFICIO SOCIAL				
GASTO BENEFICIO SOCIAL		Provisión	Meses	Total Anual
Gasto 13er sueldo		\$ 817,50	12	\$ 9.810,00
Gasto 14to sueldo		\$ 460,00	12	\$ 5.520,00
Gasto Aporte patronal	11,15%	\$ 1.093,82	12	\$ 13.125,78
Gasto Fondo de reserva		\$ 817,50	12	\$ 9.810,00
Gasto Vacaciones		\$ 408,75	12	\$ 4.905,00
Total		\$ 3.597,57		\$ 43.170,78

SUELDOS Y SALARIOS					
Cargo	# Personas	Sueldo Mensual Unitario	Sueldo mensual total	Meses	Total Anual
Masajistas	5	300,00	1.500,00	12,00	18.000,00
Guías de servicios	2	280,00	560,00	12,00	6.720,00
Personal de limpieza	5	320,00	1.600,00	12,00	19.200,00
Vendedores	4	300,00	1.200,00	12,00	14.400,00
Transportistas	3	350,00	1.050,00	12,00	12.600,00
Total	19		\$ 5.910,00		\$ 70.920,00

5.8 ESTADO DE RESULTADOS

PERDIDAS Y GANANCIAS	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
VENTAS			307.058,41	354.652,46							
		271.013,60			405.722,42	473.072,34	546.398,55	643.111,09	749.867,54	874.345,55	1.029.104,71
COSTOS			191.911,51	221.657,79							
		169.383,50			253.576,51	295.670,21	341.499,09	401.944,43	468.667,21	546.465,97	643.190,44
MARGEN DE CONTRIBUCION			115.146,90	132.994,67							
		101.630,10			152.145,91	177.402,13	204.899,46	241.166,66	281.200,33	327.879,58	385.914,27
% MARGEN DE CONTRIBUCION		60%	60%	60%	60%	60%	60%	60%	60%	60%	60%
GASTOS:											
INTERESES			15.943,30	14.846,05							
		16.201,47			13.609,46	12.215,82	10.645,20	4.672,24	6.880,25	4.632,04	2.098,32
GASTOS			85.173,79	89.432,48							
		82.693,00			93.009,78	98.590,37	103.519,88	110.766,28	117.412,25	124.456,99	133.168,98
DEPREC.			17.503,00	17.503,00							
		17.503,00			17.503,00	17.503,00	17.503,00	17.503,00	17.503,00	17.503,00	17.503,00
AMORTIZAC.			8.850,00	8.850,00							
		8.850,00			8.850,00	8.850,00	8.850,00	8.850,00	8.850,00	8.850,00	8.850,00
COMISION			1.408,42	1.311,49							
		1.431,23			1.202,25	1.079,14	940,39	784,02	607,80	409,19	185,36
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS			128.878,51	131.943,02							
		126.678,69			134.174,48	138.238,32	141.458,47	142.575,54	151.253,29	155.851,22	161.805,66
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS			-13.731,61	1.051,65							
		- 25.048,59			17.971,42	39.163,81	63.440,98	98.591,12	129.947,03	172.028,36	224.108,61
UTILIDAD DE TRABAJADORES			-2.059,74	157,75							
		- 3.757,29			2.695,71	5.874,57	9.516,15	14.788,67	19.492,05	25.804,25	33.616,29
IMPUESTO A LA RENTA			-2.917,97	223,48							
		- 5.322,83			3.100,07	6.755,76	10.943,57	17.006,97	22.415,86	29.674,89	38.658,73
UTILIDAD NETA ANUAL			-8.753,90	670,43							
		- 15.968,48			17.567,07	38.282,62	62.013,56	96.372,82	127.023,22	168.157,73	219.066,16
UTILIDAD NETA ACUMULADA			-24.722,38	-24.051,95							
		- 15.968,48			6.484,88	31.797,74	93.811,30	190.184,12	317.207,35	485.365,07	704.431,24

5.9 FLUJO DE CAJA

FLUJO DE CAJA	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
INGRESOS:											
PRESTAMO											
Aportación de socios	143.122,50										
VENTAS	47.707,50										
		300.825,10	340.834,83	393.664,23	450.351,88	525.110,30	606.502,39	713.853,31	832.352,96	970.523,56	1.142.306,23
TOTAL INGRESOS	190.830,00	300.825,10	340.834,83	393.664,23	450.351,88	525.110,30	606.502,39	713.853,31	832.352,96	970.523,56	1.142.306,23
EGRESOS:											
Terrano											
Vehículo	60.000,00										
Equipo de Computo M Y E	55.000,00										
M. P	6.000,00										
SOFTWARE	8.530,00										
Gastos Administrativos	36.500,00										
Gastos de Publicidad	8.000,00										
COSTOS	7.800,00										
IVA NETO	9.000,00	183.342,06	207.726,55	239.924,17	274.473,25	320.035,81	369.641,36	435.067,88	507.289,15	591.499,15	696.194,50
RETENCIONES COBRADAS	15.852,94	17.961,38	20.745,39	23.732,73	27.672,36	31.961,57	37.618,77	43.863,49	51.144,83	60.197,46	
DIVIDENDO	1.163,21	1.317,92	1.522,20	1.741,39	2.030,47	2.345,19	2.760,29	3.218,49	3.752,77	4.417,00	
PRESTAMO CAPITAL DE TRABAJO	17.632,69	26.755,12	26.755,12	26.755,12	26.755,12	26.755,12	26.755,12	26.755,12	26.755,12	26.755,12	26.755,12
Gastos	71.035,10										
		82.693,00	85.173,79	89.432,48	93.009,78	98.590,37	103.519,88	110.766,28	117.412,25	124.456,99	133.168,98
TOTAL DE EGRESOS F.C.A	261.865,10	300.683,90	338.934,76	378.379,36	419.712,27	475.084,12	534.223,13	612.968,34	698.538,51	797.608,85	920.733,06
VALOR RESIDUAL F.C.A	(71.035,10)	141,19	1.900,07	15.284,87	30.639,61	50.026,17	72.279,26	100.884,97	133.814,46	172.914,70	221.573,16
F.C.ACUM.	(71.035,10)	141,19	1.900,07	15.284,87	30.639,61	50.026,17	72.279,26	100.884,97	133.814,46	172.914,70	1.607.271,49
	(71.035,10)	141,19	2.041,26	17.326,14	47.965,75	97.991,92	170.271,18	271.156,16	404.970,61	577.885,32	2.185.156,80

5.10 EVALUACIÓN FINANCIERA

5.10.1 TASA MÍNIMA ATRACTIVA DE RETORNO (TMAR)

TMAR	
TMAR	15,99%

5.10.2 TASA INTERNA DE RETORNO (TIR)

FUNCIONES ESTIMADAS DE FORMA ANUAL	
TIR	49%

5.10.3 TASA DE DESCUENTO

Calculo tasa de descuento	
% Accionistas a Recuperar	30%
% Tasa Bancario	11,32%
Tasa de Descuento	15,99%

5.10.4 VALOR ACTUAL NETO (VAN)

FUNCIONES ESTIMADAS DE FORMA ANUAL	
VNA	\$ 125.650,25

5.10.5 PUNTO DE EQUILIBRIO

PUNTO DE EQUILIBRIO

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
Volumen	550,00	605,00	665,50	732,05	805,26	885,78	974,36	1.071,79	1.178,97	1.296,87	
Ventas	300.825,10	340.834,83	393.664,23	450.351,88	525.110,30	606.502,39	713.853,31	832.352,96	970.523,56	1.142.306,23	
Costo	169.383,50	191.911,51	221.657,79	253.576,51	295.670,21	341.499,09	401.944,43	468.667,21	546.465,97	643.190,44	
Gasto	126.678,69	128.878,51	131.943,02	134.174,48	138.238,32	141.458,47	142.575,54	151.253,29	155.851,22	161.805,66	
a	a	126.678,69	128.878,51	131.943,02	134.174,48	138.238,32	141.458,47	142.575,54	151.253,29	155.851,22	161.805,66
1-b	b	0,56	0,56	0,56	0,56	0,56	0,56	0,56	0,56	0,56	0,56
	1 - b	0,44	0,44	0,44	0,44	0,44	0,44	0,44	0,44	0,44	0,44
P.E.	289.924,43	294.959,07	301.972,68	307.079,75	316.380,49	323.750,32	326.306,90	346.167,33	356.690,41	370.318,10	
P.E.V.	530,07	523,57	510,49	499,16	485,17	472,83	445,39	445,75	433,30	420,43	
P.V.U.	546,95	563,36	591,53	615,19	652,10	684,71	732,64	776,60	823,19	880,82	
C.V.U.	307,97	317,21	333,07	346,39	367,18	385,53	412,52	437,27	463,51	495,96	

5.10.6 RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN: PAYBACK

FACTOR	191,29%		
6 MESES	11,48	PERIODO DE RECUPERACION	11 AÑOS 5 MESES Y 22 DÍAS
	11,48	0,48	
	12	5,76	0,76
			30
11 años		5 meses	22,8
			22 días

6 BENEFICIO SOCIAL

6.1 IMPACTO SOCIAL

El proyecto es elaborado con el objetivo de beneficiar a muchas personas con diferentes edades en el ámbito de la salud, el estar bien consigo mismo, la liberación de su estrés ya que lo que más se promueve ahora es el sentirse bien, estar siempre libre de tensiones físicas y psicológicas y se podrá lograr ese objetivo porque visitando Akasha spa podrá liberarse de todo aquello que pueda tener y sentir por llevar una vida sedentaria, es más con la desintoxicación iónica su salud también será mejorada porque libera toxinas de su cuerpo. Por otro lado para que Akasha spa se lleve en marcha necesitaremos gente especializada en masajes, limpiezas y esto genera un ingreso para más familias.

6.2 EFECTOS MULTIPLICADORES: EMPLEO, INGRESOS, DESARROLLO

Akasha spa no solo brinda un servicio innovador, si no también genera fuentes de trabajo ya que contratará a varias personas que desempeñaran funciones específicas y ayudaran al desempeño de la compañía.

Para la compañía los recursos humanos que trabajan en ella son importantes por lo que los empleados cuentan con sus respectivos beneficios sociales que la ley ampara.

Akasha spa brinda un beneficio social, porque permite que sus empleados que laboran en la compañía, puedan mantener a sus familias mediante un ingreso percibido por los servicios prestados.

Esto genera que las cargas que tienen los empleados puedan resultar beneficiadas

6.3 ¿QUE LE ESTÁ ENTREGANDO EL PROYECTO A LA SOCIEDAD?

Akasha spa brinda a la sociedad energías positivas, un estado de ánimo totalmente renovado, fuerza y vitalidad, y de esto la oportunidad de desarrollarse más eficazmente en sus actividades debido a que es un servicio que los ayuda a mejorar su estado de ánimo, con la ayuda de los paquetes que ofrece y pone en funcionamiento el organismo mientras que reduce la tensión, elimina el cansancio, y libera las toxinas. A los jóvenes les ayudará a mejorar su rendimiento en todo lo que realicen, los adultos también se benefician de lo que ofrece nuestro servicio ya que elimina el estrés causado por las responsabilidades laborales problemas personales y mas, y permite que se desenvuelvan de mejor manera en sus labores diarias.

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Debido a el análisis realizado concluimos que el proyecto es totalmente viable dejando un gran margen de rentabilidad aproximadamente del 49% que corresponde al valor de la TIR, además el VAN del proyecto con una TMAR de 15,99% es de \$125.650,25 lo que demuestra que se recibirá este dinero a parte de recuperar la inversión en un período de 11 años, 5 meses y 22 días.

El Punto Optimo en el que nuestros ingresos son iguales a nuestros costos es cuando vendemos 530 paquetes de relajación y así obteniendo un valor en ventas de \$289.924,43

Akasha spa tiene conocimiento que para mantenerse en el mercado empresarial tiene que fijarse estrategias que le permitan competir dentro del mismo, por tal razón la empresa se ha fijado como una meta a largo plazo aliarse estratégicamente con algunas empresas como pueden ser nuestros propios proveedores de tal manera que nos permitan seguir expandiéndonos de forma empresarial logrando conocer sus productos incluso en mercados extranjeros.

ANEXOS

INVERSION INICIAL

		Años	DEPREC.	AMORTIZAC.
Terreno	60.000,00	0	-	
Vehículo	55.000,00	5	11.000,00	
Equipo de Computo	6.000,00	3	2.000,00	
M Y E	8.530,00	10	853,00	
M.P	36.500,00	10	3.650,00	
SOFTWARE	8.000,00	2		4.000,00
Gastos Administrat	7.800,00	3		2.600,00
Gastos de Publicida	9.000,00	4		2.250,00
TOTAL	\$ 190.830,00		17.503,00	8.850,00

	N° de Equipos	Costos Unitario	Total Costos
Camas térmicas	6	200,00	1.200,00
Camas de masaje hidráulicas	6	250,00	1.500,00
Sillones	5	350,00	1.750,00
Mesas Auxiliares	12	80,00	960,00
Casilleros	10	300,00	3.000,00
Línea Telefónica	3	40,00	120,00
Total		1.220,00	8.530,00

Materia Prima	Costos
Aceites Naturales	6.000,00
Velas aromáticas	1.500,00
Cremas naturales	8.000,00
Incensos	600,00
Rocas volcánicas	4.500,00
Música	1.500,00
Ambientales	900,00
Desintoxicación	10.000,00
Barro	2.500,00
Flores y pétalos	1.000,00
Total	36.500,00

CAPITAL DE TRABAJO	Valor	Amortización	Tiempo de Amortización
GASTOS DE CONSTITUCION, REGISTROS Y PEI	1.300,00	433,33	3
GASTOS ADECUACION LOCAL	4.500,00	1.500,00	3
TOS ADMINISTRATIVOS	9.600,00	3.200,00	3
GASTOS OPERATIVO	35.291,60	11.763,87	3
TOTAL	71.035,10		

Costos

COSTOS DE PRODUCCION LOS 3 ITEMS EN EL AÑO 0				
	Premium	Clasico	Basico	TOTAL
M.P	70,00	50,00	30,00	150,00
C.I.F	30,00	24,00	20,00	74,00
M.D.O	25,00	25,00	25,00	75,00
C.U	125,00	99,00	75,00	299,00

Total de Costos 299,00

GASTOS

SERVICIOS BÁSICOS				
Cantidad	Servicio	Valor mensual	Meses	Total anual
1	Agua	\$ 150,00	12	\$ 1.800,00
1	Luz	\$ 450,00	12	\$ 5.400,00
1	Telefono	\$ 50,00	12	\$ 600,00
Total		\$ 650,00		\$ 7.800,00

GASTOS GENERALES			
Gastos	Gasto mensual	Meses	Total anual
Gastos de adecuación de local	\$ 2.500,00	1	\$ 2.500,00
Gastos de depreciación	\$ 17.503,00	12	\$ 210.036,00
Gastos de seguros	\$ 65,00	12	\$ 780,00
Gasto de mantenimiento	\$ 45,00	12	\$ 540,00
Total	\$ 20.113,00		\$ 213.856,00

GASTOS ADMINISTRATIVOS					
#	Cargo	Sueldo Mensual Unitario	Sueldo mensual total	Meses	Total Anual
Sueldos administrativos					
1	Gerente General	\$ 1.200,00	\$ 1.200,00	12	\$ 14.400,00
1	Gerente Administrativo	\$ 900,00	\$ 900,00	12	\$ 10.800,00
1	Gerente de Logistica	\$ 900,00	\$ 900,00	12	\$ 10.800,00
1	Gerente Financiero	\$ 900,00	\$ 900,00	12	\$ 10.800,00
4	Total	\$ 3.900,00	\$ 3.900,00		\$ 46.800,00

GASTO BENEFICIO SOCIAL			
GASTO BENEFICIO SOCIAL	Provisión	Meses	Total Annual
Gasto 13er sueldo	\$ 817,50	12	\$ 9.810,00
Gasto 14to sueldo	\$ 460,00	12	\$ 5.520,00
Gasto Aporte patronal 11,15%	\$ 1.093,82	12	\$ 13.125,78
Gasto Fondo de reserva	\$ 817,50	12	\$ 9.810,00
Gasto Vacaciones	\$ 408,75	12	\$ 4.905,00
Total	\$ 3.597,57		\$ 43.170,78

SUELDOS Y SALARIOS					
Cargo	# Personas	Sueldo Mensual Unitario	Sueldo mensual total	Meses	Total Anual
Masajistas	5	300,00	1.500,00	12,00	18.000,00
Guías de servicios	2	280,00	560,00	12,00	6.720,00
Personal de limpiez	5	320,00	1.600,00	12,00	19.200,00
Vendedores	4	300,00	1.200,00	12,00	14.400,00
Transportistas	3	350,00	1.050,00	12,00	12.600,00
Total	19		\$ 5.910,00		\$ 70.920,00

Total de Gastos	\$ 382.546,78
------------------------	----------------------

FINANCIAMIENTO		
Capital Propio	25%	47.707,50
Capital Ajeno	75%	143.122,50
Inversión Inicial		\$ 190.830,00

Socios	% de Aportación	Valor Aportado
Taira Cardenas	30%	14.312,25
Liseth obregón	30%	14.312,25
Katherine Sarmiento	25%	11.926,88
Andrés Quintana	15%	7.156,13
	100%	\$ 47.707,50

BANCO	
CAPITAL	\$ 143.122,50
INTERES	11,32%
AÑOS	10
PERIODOS	2
P.G	2
COMISION	1%
I/M	6,16%
$1 - (1 + I/M)^{-N * M}$	0,659040
$(N * M) - PG$	18
DIVIDENDO	13.377,56

	5,66%	0,50%			
PERIODOS	INTERESES	COMISION	AMORTIZACION	DIVIDENDOS	SALDO CAPIT
1	8.100,73	715,61	-	8.816,35	143.122,50
2	8.100,73	715,61	-	8.816,35	143.122,50
3	8.100,73	715,61	4.561,22	13.377,56	138.561,28
4	7.842,57	692,81	4.842,19	13.377,56	133.719,10
5	7.568,50	668,60	5.140,46	13.377,56	128.578,63
6	7.277,55	642,89	5.457,12	13.377,56	123.121,52
7	6.968,68	615,61	5.793,28	13.377,56	117.328,24
8	6.640,78	586,64	6.150,14	13.377,56	111.178,10
9	6.292,68	555,89	6.528,99	13.377,56	104.649,11
10	5.923,14	523,25	6.931,18	13.377,56	97.717,93
11	5.530,83	488,59	7.358,14	13.377,56	90.359,80
12	5.114,36	451,80	7.811,40	13.377,56	82.548,40
13	4.672,24	412,74	8.292,58	13.377,56	74.255,82
14	4.202,88	371,28	8.803,40	13.377,56	65.452,41
15	3.704,61	327,26	9.345,69	13.377,56	56.106,72
16	3.175,64	280,53	9.921,39	13.377,56	46.185,33
17	2.614,09	230,93	10.532,54	13.377,56	35.652,79
18	2.017,95	178,26	11.181,35	13.377,56	24.471,44
19	1.385,08	122,36	11.870,12	13.377,56	12.601,32
20	713,23	63,01	12.601,32	13.377,56	0,00

COSTOS DE PRODUCCION LOS 3 ITEMS EN EL AÑO 0				
	Premium	Clasico	Basico	TOTAL
M.P	70,00	50,00	30,00	150,00
C.I.F	30,00	24,00	20,00	74,00
M.D.O	25,00	25,00	25,00	75,00
C.U	125,00	99,00	75,00	299,00

	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
INFLACION		3%	3%	5%	4%	6%	5%	7%	6%	6%	7%
GASTOS											
I.P	150,00	154,50	159,14	167,09	173,78	184,20	193,41	206,95	219,37	232,53	248,81
I.F	74,00	76,22	78,51	82,43	85,73	90,87	95,42	102,10	108,22	114,71	122,74
I.D.O	75,00	77,25	79,57	83,55	86,89	92,10	96,71	103,48	109,68	116,27	124,40
U	299,00	307,97	317,21	333,07	346,39	367,18	385,53	412,52	437,27	463,51	495,96
VOLUMEN (paquetes)		550,00	605,00	665,50	732,05	805,26	885,78	974,36	1.071,79	1.178,97	1.296,87
P		169.383,50	191.911,51	221.657,79	253.576,51	295.670,21	341.499,09	401.944,43	468.667,21	546.465,97	643.190,44
I		126.896,00	143.773,17	166.058,01	189.970,36	221.505,44	255.838,79	301.122,25	351.108,54	409.392,56	481.855,05
A PAGADO		15.227,52	17.252,78	19.926,96	22.796,44	26.580,65	30.700,65	36.134,67	42.133,03	49.127,11	57.822,61
RETENCIONES COBRADAS		1.268,96	1.437,73	1.660,58	1.899,70	2.215,05	2.558,39	3.011,22	3.511,09	4.093,93	4.818,55
P		183.342,06	207.726,55	239.924,17	274.473,25	320.035,81	369.641,36	435.067,88	507.289,15	591.499,15	696.194,50
A PAGADO (11)		13.958,56	15.815,05	18.266,38	20.896,74	24.365,60	28.142,27	33.123,45	38.621,94	45.033,18	53.004,06
A PAGADO (1)		1.268,96	1.437,73	1.660,58	1.899,70	2.215,05	2.558,39	3.011,22	3.511,09	4.093,93	4.818,55
RETENCIONES COBRADAS (11)		1.163,21	1.317,92	1.522,20	1.741,39	2.030,47	2.345,19	2.760,29	3.218,49	3.752,77	4.417,00
RETENCIONES COBRADAS (1)		105,75	119,81	138,38	158,31	184,59	213,20	250,94	292,59	341,16	401,55
ENTAS											
Margen Contribución (60%)	1,60	271.013,60	307.058,41	354.652,46	405.722,42	473.072,34	546.398,55	643.111,09	749.867,54	874.345,55	1.029.104,71
A COBRADO		32.521,63	36.847,01	42.558,30	48.686,69	56.768,68	65.567,83	77.173,33	89.984,10	104.921,47	123.492,56
RETENCIONES PAGADAS		2.710,14	3.070,58	3.546,52	4.057,22	4.730,72	5.463,99	6.431,11	7.498,68	8.743,46	10.291,05
ENTAS		300.825,10	340.834,83	393.664,23	450.351,88	525.110,30	606.502,39	713.853,31	832.352,96	970.523,56	1.142.306,23
A COBRADO (11)		29.811,50	33.776,42	39.011,77	44.629,47	52.037,96	60.103,84	70.742,22	82.485,43	96.178,01	113.201,52
A COBRADO (1)		2.710,14	3.070,58	3.546,52	4.057,22	4.730,72	5.463,99	6.431,11	7.498,68	8.743,46	10.291,05
A NETO		15.852,94	17.961,38	20.745,39	23.732,73	27.672,36	31.961,57	37.618,77	43.863,49	51.144,83	60.197,46
A NETO ANTERIOR			1.441,18	1.632,85	2.157,52	2.515,67	2.905,60	3.419,89	3.987,59	4.649,53	5.472,50
GASTOS											
Gastos de seguros		780,00	803,40	843,57	877,31	929,95	976,45	1.044,80	1.107,49	1.173,94	1.256,11
Gastos de servicios básicos		7.800,00	8.034,00	8.435,70	8.773,13	9.299,52	9.764,49	10.448,01	11.074,89	11.739,38	12.561,14
Gasto de mantenimiento		540,00	556,20	584,01	607,37	643,81	676,00	723,32	766,72	812,73	869,62
Depreciaciones		17.503,00	18.028,09	18.929,49	19.686,67	20.867,87	21.911,27	23.445,06	24.851,76	26.342,87	28.186,87
Gastos sueldos y salarios											
Administrativos	46.800,00	46.800,00	48.204,00	50.614,20	52.638,77	55.797,09	58.586,95	62.688,04	66.449,32	70.436,28	75.366,82
Instalaciones	2.500,00										
Publicidad	9.000,00	9.270,00	9.548,10	10.025,51	10.426,53	11.052,12	11.604,72	12.417,05	13.162,08	13.951,80	14.928,43
Y E	8.530,00										
Gastos de constitución	1.300,00										
TOTAL GASTOS	68.130,00	82.693,00	85.173,79	89.432,48	93.009,78	98.590,37	103.519,88	110.766,28	117.412,25	124.456,99	133.168,98

FLUJO DE CAJA	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
INGRESOS:											
PRESTAMO	143.122,50										
Aportación de socios	47.707,50										
VENTAS		300.825,10	340.834,83	393.664,23	450.351,88	525.110,30	606.502,39	713.853,31	832.352,96	970.523,56	1.142.306,23
TOTAL INGRESOS	190.830,00	300.825,10	340.834,83	393.664,23	450.351,88	525.110,30	606.502,39	713.853,31	832.352,96	970.523,56	1.142.306,23
EGRESOS:											
Terreno	60.000,00										
Vehículo	55.000,00										
Equipo de Computo	6.000,00										
M Y E	8.530,00										
M.P	36.500,00										
SOFTWARE	8.000,00										
Gastos Administrativos	7.800,00										
Gastos de Publicidad	9.000,00										
COSTOS		183.342,06	207.726,55	239.924,17	274.473,25	320.035,81	369.641,36	435.067,88	507.289,15	591.499,15	696.194,50
IVA NETO		15.852,94	17.961,38	20.745,39	23.732,73	27.672,36	31.961,57	37.618,77	43.863,49	51.144,83	60.197,46
RETENCIONES COBRADAS		1.163,21	1.317,92	1.522,20	1.741,39	2.030,47	2.345,19	2.760,29	3.218,49	3.752,77	4.417,00
DIVIDENDO PRESTAMO		17.632,69	26.755,12	26.755,12	26.755,12	26.755,12	26.755,12	26.755,12	26.755,12	26.755,12	26.755,12
CAPITAL DE TRABAJO	71.035,10										
Gastos		82.693,00	85.173,79	89.432,48	93.009,78	98.590,37	103.519,88	110.766,28	117.412,25	124.456,99	133.168,98
TOTAL DE EGRESOS	261.865,10	300.683,90	338.934,76	378.379,36	419.712,27	475.084,12	534.223,13	612.968,34	698.538,51	797.608,85	920.733,06
F.C.A	-71.035,10	141,19	1.900,07	15.284,87	30.639,61	50.026,17	72.279,26	100.884,97	133.814,46	172.914,70	221.573,16
VALOR RESIDUAL											1.385.698,32
F.C.A	-71.035,10	141,19	1.900,07	15.284,87	30.639,61	50.026,17	72.279,26	100.884,97	133.814,46	172.914,70	1.607.271,49
F.C.ACUM.	-71.035,10	141,19	2.041,26	17.326,14	47.965,75	97.991,92	170.271,18	271.156,16	404.970,61	577.885,32	2.185.156,80

PERDIDAS Y GANANCIAS	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
VENTAS		271.013,60	307.058,41	354.652,46	405.722,42	473.072,34	546.398,55	643.111,09	749.867,54	874.345,55	1.029.104,71
COSTOS		169.383,50	191.911,51	221.657,79	253.576,51	295.670,21	341.499,09	401.944,43	468.667,21	546.465,97	643.190,44
MARGEN DE CONTRIBUCION		101.630,10	115.146,90	132.994,67	152.145,91	177.402,13	204.899,46	241.166,66	281.200,33	327.879,58	385.914,27
% MARGEN DE CONTRIBUCION		60%	60%	60%	60%	60%	60%	60%	60%	60%	60%
GASTOS:											
INTERESES		16.201,47	15.943,30	14.846,05	13.609,46	12.215,82	10.645,20	4.672,24	6.880,25	4.632,04	2.098,32
GASTOS		82.693,00	85.173,79	89.432,48	93.009,78	98.590,37	103.519,88	110.766,28	117.412,25	124.456,99	133.168,98
DEPREC.		17.503,00	17.503,00	17.503,00	17.503,00	17.503,00	17.503,00	17.503,00	17.503,00	17.503,00	17.503,00
AMORTIZAC.		8.850,00	8.850,00	8.850,00	8.850,00	8.850,00	8.850,00	8.850,00	8.850,00	8.850,00	8.850,00
COMISION		1.431,23	1.408,42	1.311,49	1.202,25	1.079,14	940,39	784,02	607,80	409,19	185,36
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS		126.678,69	128.878,51	131.943,02	134.174,48	138.238,32	141.458,47	142.575,54	151.253,29	155.851,22	161.805,66
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS		-25.048,59	-13.731,61	1.051,65	17.971,42	39.163,81	63.440,98	98.591,12	129.947,03	172.028,36	224.108,61
UTILIDAD DE TRABAJADORES		-3.757,29	-2.059,74	157,75	2.695,71	5.874,57	9.516,15	14.788,67	19.492,05	25.804,25	33.616,29
IMPUESTO A LA RENTA		-5.322,83	-2.917,97	223,48	3.100,07	6.755,76	10.943,57	17.006,97	22.415,86	29.674,89	38.658,73
UTILIDAD NETA ANUAL		-15.968,48	-8.753,90	670,43	17.567,07	38.282,62	62.013,56	96.372,82	127.023,22	168.157,73	219.066,16
UTILIDAD NETA ACUMULADA		-15.968,48	-24.722,38	-24.051,95	-6.484,88	31.797,74	93.811,30	190.184,12	317.207,35	485.365,07	704.431,24

BALANCE GENERAL

AÑOS	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
ACTIVOS:											
Terreno	60.000,00	60.000,00	60.000,00	60.000,00	60.000,00	60.000,00	60.000,00	60.000,00	60.000,00	60.000,00	60.000,00
Vehículo	55.000,00	55.000,00	55.000,00	55.000,00	55.000,00	55.000,00	55.000,00	55.000,00	55.000,00	55.000,00	55.000,00
Equipo de Computo	6.000,00	6.000,00	6.000,00	6.000,00	6.000,00	6.000,00	6.000,00	6.000,00	6.000,00	6.000,00	6.000,00
M Y E	8.530,00	8.530,00	8.530,00	8.530,00	8.530,00	8.530,00	8.530,00	8.530,00	8.530,00	8.530,00	8.530,00
M.P	36.500,00	36.500,00	36.500,00	36.500,00	36.500,00	36.500,00	36.500,00	36.500,00	36.500,00	36.500,00	36.500,00
SOFTWARE	8.000,00	8.000,00	8.000,00	8.000,00	8.000,00	8.000,00	8.000,00	8.000,00	8.000,00	8.000,00	8.000,00
Gastos Administrativos	7.800,00	7.800,00	7.800,00	7.800,00	7.800,00	7.800,00	7.800,00	7.800,00	7.800,00	7.800,00	7.800,00
Gastos de Publicidad	9.000,00	9.000,00	9.000,00	9.000,00	9.000,00	9.000,00	9.000,00	9.000,00	9.000,00	9.000,00	9.000,00
IVA PAGADO (1)		1.268,96	1.437,73	1.660,58	1.899,70	2.215,05	2.558,39	3.011,22	3.511,09	4.093,93	4.818,55
RETENCIONES PAGADAS		2.710,14	3.070,58	3.546,52	4.057,22	4.730,72	5.463,99	6.431,11	7.498,68	8.743,46	10.291,05
CAJA		141,19	1.900,07	15.284,87	30.639,61	50.026,17	72.279,26	100.884,97	133.814,46	172.914,70	221.573,16
DEP. ACUMULADA		17.503,00	35.006,00	52.509,00	70.012,00	87.515,00	105.018,00	122.521,00	140.024,00	157.527,00	175.030,00
AMOR. ACUM.		8.850,00	17.700,00	26.550,00	35.400,00	44.250,00	53.100,00	61.950,00	70.800,00	79.650,00	88.500,00
TOTAL DE ACTIVOS:	190.830,00	221.303,29	249.944,39	290.380,98	332.838,54	379.566,95	429.249,63	485.628,31	546.478,22	613.759,09	691.042,76
PASIVOS:											
PRESTAMOS	143.122,50	143.122,50	133.719,10	123.121,52	111.178,10	97.717,93	82.548,40	65.452,41	46.185,33	24.471,44	12.601,32
IVA COBRADO		1.268,96	1.437,73	1.660,58	1.899,70	2.215,05	2.558,39	3.011,22	3.511,09	4.093,93	4.818,55
RETENCIONES COBRADAS		105,75	119,81	138,38	158,31	184,59	213,20	250,94	292,59	341,16	401,55
15%		-3.757,29	-2.059,74	157,75	2.695,71	5.874,57	9.516,15	14.788,67	19.492,05	25.804,25	33.616,29
25%		-5.322,83	-2.917,97	223,48	3.100,07	6.755,76	10.943,57	17.006,97	22.415,86	29.674,89	38.658,73
TOTAL DE PASIVO:	143.122,50	135.417,09	130.298,93	125.301,70	119.031,89	112.747,90	105.779,70	100.510,21	91.896,93	84.385,67	90.096,44
PATRIMONIO:											
CAPITAL	47.707,50	47.707,50	47.707,50	47.707,50	47.707,50	47.707,50	47.707,50	47.707,50	47.707,50	47.707,50	47.707,50
UTILIDAD		-15.968,48	-24.722,38	-24.051,95	-6.484,88	31.797,74	93.811,30	190.184,12	317.207,35	485.365,07	704.431,24
TOTAL DE PATRIM:	47.707,50	31.739,02	22.985,12	23.655,55	41.222,62	79.505,24	141.518,80	237.891,62	364.914,85	533.072,57	752.138,74
TOTAL DE PAS. Y PATRIM.	190.830,00	167.156,11	153.284,06	148.957,25	160.254,51	192.253,14	247.298,50	338.401,83	456.811,77	617.458,25	842.235,18

MÉTODOS DE EVALUACIÓN
1.- PERIODO DE RECUPERACIÓN CONTABLE

DE FORMA ANUAL

VA	16,23
VNA	\$ 125.650,25
TIR	49%

FACTOR	191,29%
6 MESES	11,48

PERIODO DE RECUPERACION	11 AÑOS 5 MESES Y 22 DÍAS
--------------------------------	----------------------------------

	11,48	0,48		5,76	0,76	
		12			30	22,8
11 AÑOS			5 MESES		22 DÍAS	

Calculo tasa de descuento

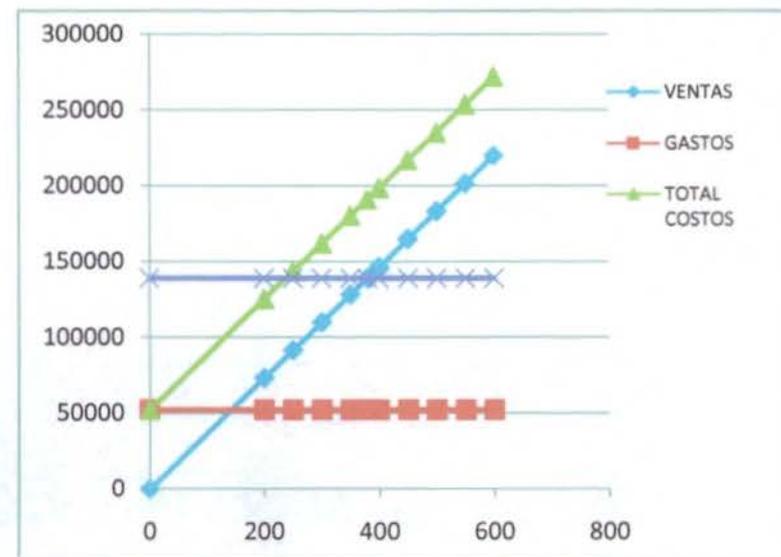
% Accionistas a Recuperar	30%
% Tasa Bancario	11,32%
Tasa de Descuento	15,99%

PUNTO DE EQUILIBRIO

		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Volumen		550,00	605,00	665,50	732,05	805,26	885,78	974,36	1.071,79	1.178,97	1.296,87
Ventas		300.825,10	340.834,83	393.664,23	450.351,88	525.110,30	606.502,39	713.853,31	832.352,96	970.523,56	1.142.306,23
Costo		169.383,50	191.911,51	221.657,79	253.576,51	295.670,21	341.499,09	401.944,43	468.667,21	546.465,97	643.190,44
Gasto		126.678,69	128.878,51	131.943,02	134.174,48	138.238,32	141.458,47	142.575,54	151.253,29	155.851,22	161.805,66
a	a	126.678,69	128.878,51	131.943,02	134.174,48	138.238,32	141.458,47	142.575,54	151.253,29	155.851,22	161.805,66
1-b	b	0,56	0,56	0,56	0,56	0,56	0,56	0,56	0,56	0,56	0,56
	1 - b	0,44	0,44	0,44	0,44	0,44	0,44	0,44	0,44	0,44	0,44
P.E.		289.924,43	294.959,07	301.972,68	307.079,75	316.380,49	323.750,32	326.306,90	346.167,33	356.690,41	370.318,10
P.E.V.		530,07	523,57	510,49	499,16	485,17	472,83	445,39	445,75	433,30	420,43
P.V.U.		546,95	563,36	591,53	615,19	652,10	684,71	732,64	776,60	823,19	880,82
C.V.U.		307,97	317,21	333,07	346,39	367,18	385,53	412,52	437,27	463,51	495,96

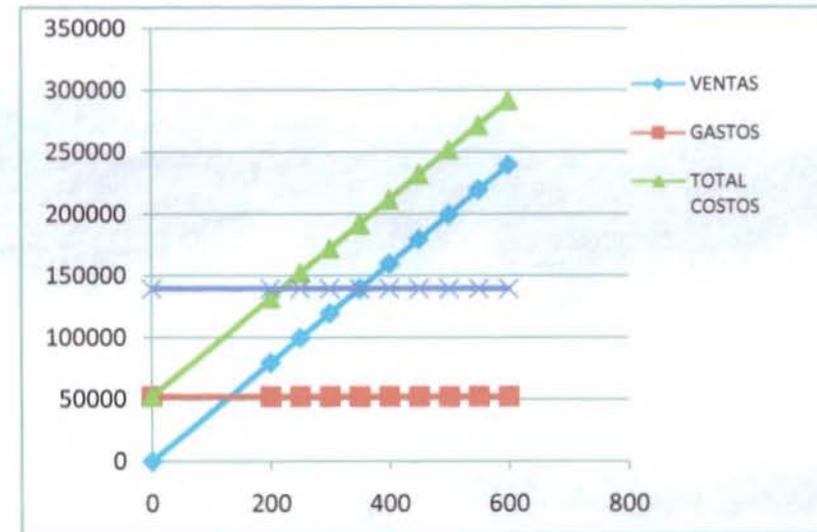
AÑO 1

VOLUMEN	VENTAS	GASTOS	TOTAL COSTOS	P.E.
-	0	126.678,69	126.678,69	289.924,43
300,00	164.086,42	126.678,69	290.765,11	289.924,43
350,00	191.434,15	126.678,69	318.112,84	289.924,43
400,00	218.781,89	126.678,69	345.460,58	289.924,43
450,00	246.129,62	126.678,69	372.808,32	289.924,43
530,07	289.924,43	126.678,69	416.603,12	289.924,43
530,07	289.924,43	126.678,69	416.603,12	289.924,43
550,00	300.825,10	126.678,69	427.503,79	289.924,43
600,00	328.172,83	126.678,69	454.851,52	289.924,43
650,00	355.520,57	126.678,69	482.199,26	289.924,43
700,00	382.868,30	126.678,69	509.547,00	289.924,43
750,00	410.216,04	126.678,69	536.894,73	289.924,43



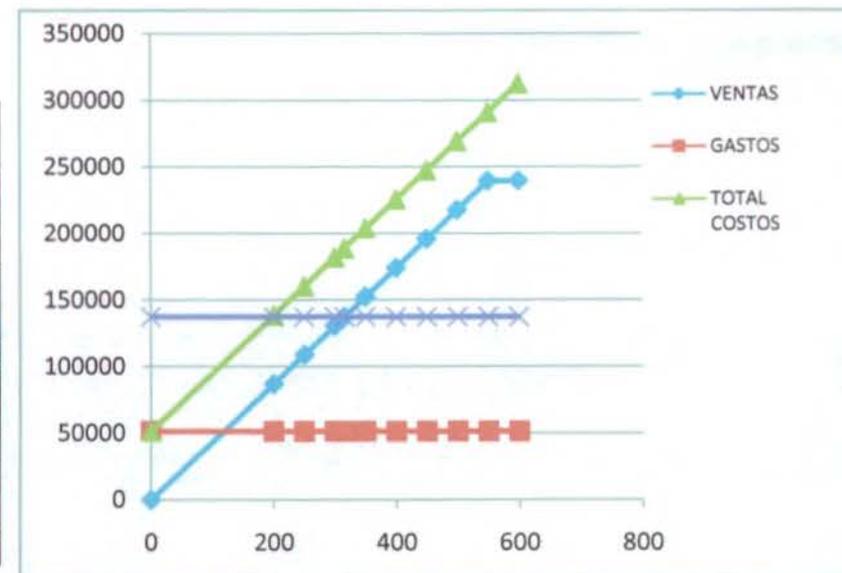
AÑO 2

VOLUMEN	VENTAS	GASTOS	TOTAL COSTOS	P.E.
-	0	128.878,51	128.878,51	294.959,07
300,00	169.009,01	128.878,51	297.887,52	294.959,07
350,00	197.177,18	128.878,51	326.055,69	294.959,07
400,00	225.345,34	128.878,51	354.223,86	294.959,07
523,57	294.959,07	128.878,51	423.837,58	294.959,07
523,57	294.959,07	128.878,51	423.837,58	294.959,07
500,00	281.681,68	128.878,51	410.560,19	294.959,07
550,00	309.849,85	128.878,51	438.728,36	294.959,07
600,00	338.018,02	128.878,51	466.896,53	294.959,07
650,00	366.186,19	128.878,51	495.064,70	294.959,07
700,00	394.354,35	128.878,51	523.232,86	294.959,07
750,00	422.522,52	128.878,51	551.401,03	294.959,07



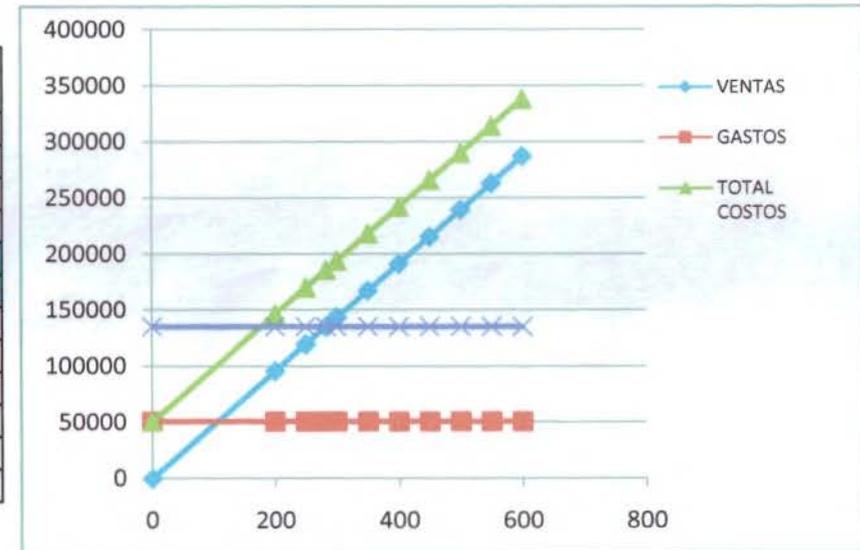
AÑO 3

VOLUMEN	VENTAS	GASTOS	TOTAL COSTOS	P.E.
-	0	131.943,02	131.943,02	301.972,68
300,00	177.459,46	131.943,02	309.402,48	301.972,68
350,00	207.036,04	131.943,02	338.979,06	301.972,68
400,00	236.612,61	131.943,02	368.555,63	301.972,68
510,49	301.972,68	131.943,02	433.915,70	301.972,68
510,49	301.972,68	131.943,02	433.915,70	301.972,68
500,00	295.765,76	131.943,02	427.708,78	301.972,68
550,00	325.342,34	131.943,02	457.285,36	301.972,68
600,00	354.918,92	131.943,02	486.861,94	301.972,68
650,00	384.495,49	131.943,02	516.438,51	301.972,68
700,00	414.072,07	131.943,02	546.015,09	301.972,68
750,00	422.522,52	131.943,02	575.591,67	301.972,68



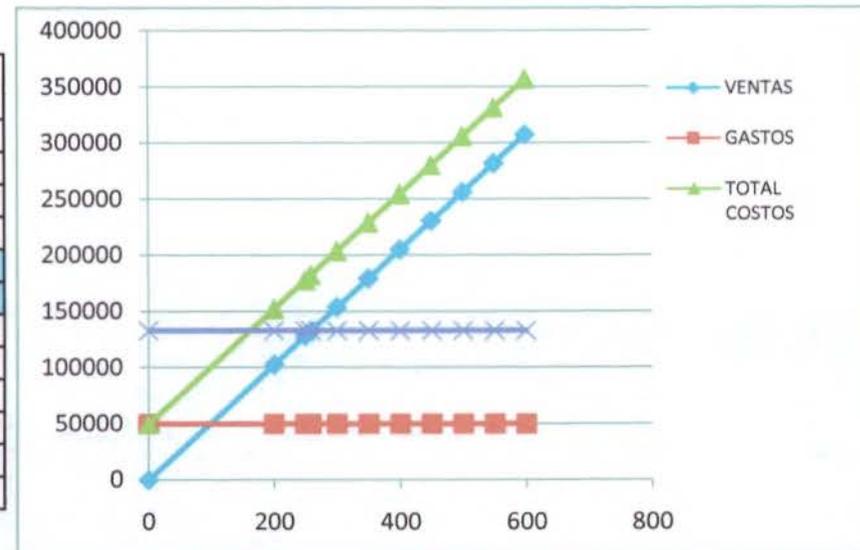
AÑO 4

VOLUMEN	VENTAS	GASTOS	TOTAL COSTOS	P.E.
-	0	134.174,48	134.174,48	307.079,75
300,00	184.557,84	134.174,48	318.732,32	307.079,75
350,00	215.317,48	134.174,48	349.491,96	307.079,75
400,00	246.077,12	134.174,48	380.251,60	307.079,75
499,16	307.079,75	134.174,48	441.254,23	307.079,75
499,16	307.079,75	134.174,48	441.254,23	307.079,75
500,00	307.596,40	134.174,48	441.770,88	307.079,75
550,00	338.356,03	134.174,48	472.530,52	307.079,75
600,00	369.115,67	134.174,48	503.290,16	307.079,75
650,00	399.875,31	134.174,48	534.049,80	307.079,75
700,00	430.634,95	134.174,48	564.809,44	307.079,75
750,00	461.394,59	134.174,48	595.569,08	307.079,75



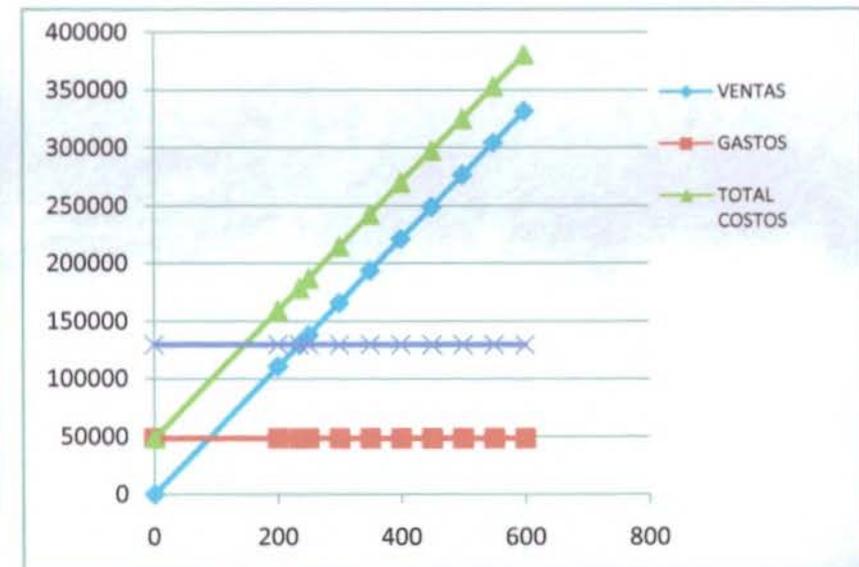
AÑO 5

VOLUMEN	VENTAS	GASTOS	TOTAL COSTOS	P.E.
-	0	138.238,32	138.238,32	316.380,49
300,00	195.631,31	138.238,32	333.869,63	316.380,49
350,00	228.236,53	138.238,32	366.474,85	316.380,49
400,00	260.841,74	138.238,32	399.080,06	316.380,49
485,17	316.380,49	138.238,32	454.618,81	316.380,49
485,17	316.380,49	138.238,32	454.618,81	316.380,49
500,00	326.052,18	138.238,32	464.290,50	316.380,49
550,00	358.657,40	138.238,32	496.895,72	316.380,49
600,00	391.262,61	138.238,32	529.500,94	316.380,49
650,00	423.867,83	138.238,32	562.106,15	316.380,49
700,00	456.473,05	138.238,32	594.711,37	316.380,49
750,00	489.078,27	138.238,32	627.316,59	316.380,49



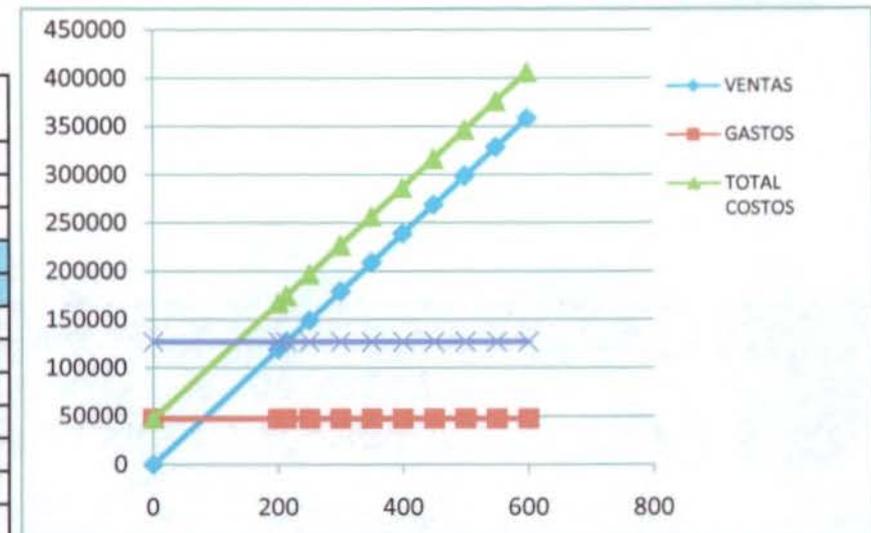
AÑO 6

VOLUMEN	VENTAS	GASTOS	TOTAL COSTOS	P.E.
-	0	141.458,47	141.458,47	323.750,32
300,00	205.412,87	141.458,47	346.871,34	323.750,32
350,00	239.648,35	141.458,47	381.106,82	323.750,32
400,00	273.883,83	141.458,47	415.342,30	323.750,32
472,83	323.750,32	141.458,47	465.208,79	323.750,32
472,83	323.750,32	141.458,47	465.208,79	323.750,32
500,00	342.354,79	141.458,47	483.813,26	323.750,32
550,00	376.590,27	141.458,47	518.048,74	323.750,32
600,00	410.825,75	141.458,47	552.284,22	323.750,32
650,00	445.061,22	141.458,47	586.519,70	323.750,32
700,00	479.296,70	141.458,47	620.755,18	323.750,32
750,00	513.532,18	141.458,47	654.990,65	323.750,32



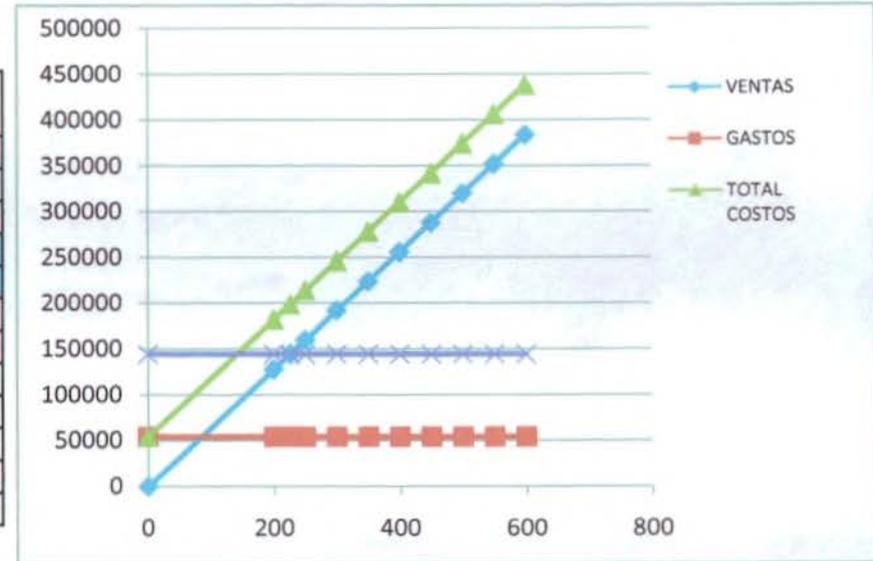
AÑO 7

VOLUMEN	VENTAS	GASTOS	TOTAL COSTOS	P.E.
-	0	142.575,54	142.575,54	326.306,90
300,00	219.791,77	142.575,54	362.367,31	326.306,90
350,00	256.423,74	142.575,54	398.999,27	326.306,90
445,39	326.306,90	142.575,54	468.882,43	326.306,90
445,39	326.306,90	142.575,54	468.882,43	326.306,90
450,00	329.687,66	142.575,54	472.263,20	326.306,90
500,00	366.319,62	142.575,54	508.895,16	326.306,90
550,00	402.951,59	142.575,54	545.527,12	326.306,90
600,00	439.583,55	142.575,54	582.159,08	326.306,90
650,00	476.215,51	142.575,54	618.791,05	326.306,90
700,00	512.847,47	142.575,54	655.423,01	326.306,90
750,00	549.479,43	142.575,54	692.054,97	326.306,90



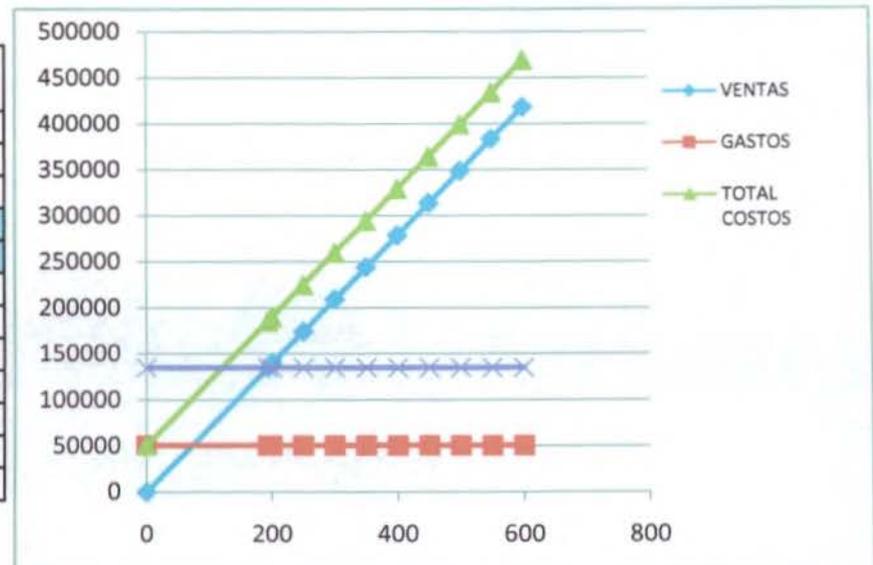
AÑO 8

VOLUMEN	VENTAS	GASTOS	TOTAL COSTOS	P.E.
-	0	151.253,29	151.253,29	346.167,33
300,00	232.979,28	151.253,29	384.232,58	346.167,33
350,00	271.809,16	151.253,29	423.062,46	346.167,33
445,75	346.167,33	151.253,29	497.420,63	346.167,33
445,75	346.167,33	151.253,29	497.420,63	346.167,33
450,00	349.468,92	151.253,29	500.722,22	346.167,33
500,00	388.298,80	151.253,29	539.552,10	346.167,33
550,00	427.128,68	151.253,29	578.381,98	346.167,33
600,00	465.958,56	151.253,29	617.211,86	346.167,33
650,00	504.788,44	151.253,29	656.041,74	346.167,33
700,00	543.618,32	151.253,29	694.871,62	346.167,33
750,00	582.448,20	151.253,29	733.701,50	346.167,33



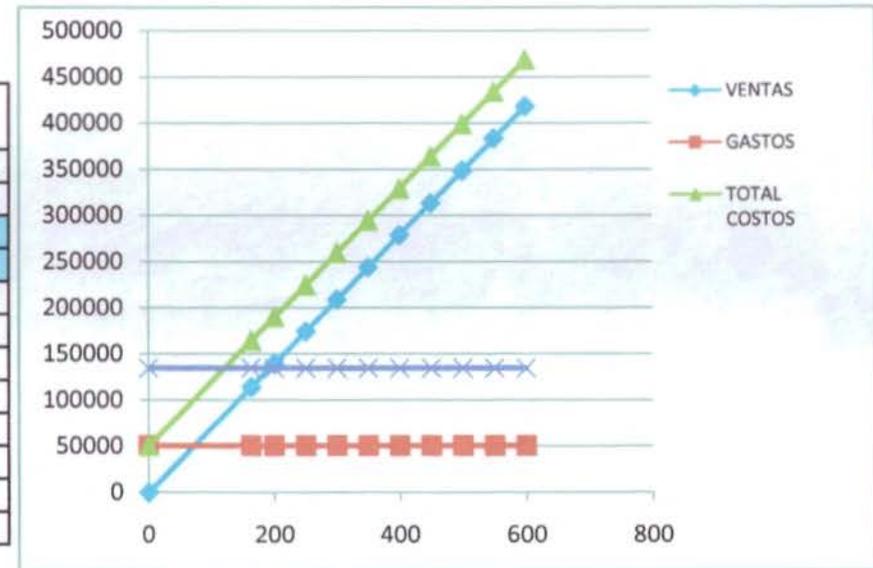
AÑO 9

VOLUMEN	VENTAS	GASTOS	TOTAL COSTOS	P.E.
-	0	155.851,22	155.851,22	356.690,41
300,00	246.958,04	155.851,22	402.809,25	356.690,41
350,00	288.117,71	155.851,22	443.968,93	356.690,41
433,30	356.690,41	155.851,22	512.541,63	356.690,41
433,30	356.690,41	155.851,22	512.541,63	356.690,41
450,00	370.437,06	155.851,22	526.288,27	356.690,41
500,00	411.596,73	155.851,22	567.447,94	356.690,41
550,00	452.756,40	155.851,22	608.607,62	356.690,41
600,00	493.916,07	155.851,22	649.767,29	356.690,41
650,00	535.075,75	155.851,22	690.926,96	356.690,41
700,00	576.235,42	155.851,22	732.086,64	356.690,41
750,00	617.395,09	155.851,22	773.246,31	356.690,41



AÑO 10

VOLUMEN	VENTAS	GASTOS	TOTAL COSTOS	P.E.
-	0	155.851,22	155.851,22	356.690,41
300,00	246.958,04	155.851,22	402.809,25	356.690,41
420,43	346.091,69	155.851,22	501.942,90	356.690,41
420,43	346.091,69	155.851,22	501.942,90	356.690,41
400,00	329.277,38	155.851,22	485.128,60	356.690,41
450,00	370.437,06	155.851,22	526.288,27	356.690,41
500,00	411.596,73	155.851,22	567.447,94	356.690,41
550,00	452.756,40	155.851,22	608.607,62	356.690,41
600,00	493.916,07	155.851,22	649.767,29	356.690,41
650,00	535.075,75	155.851,22	690.926,96	356.690,41
700,00	576.235,42	155.851,22	732.086,64	356.690,41
750,00	617.395,09	155.851,22	773.246,31	356.690,41



ANALISIS DE SENSIBILIDAD INGRESOS + 5%

	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
		9%	9%	9%	10%	7%	8%	8%	7%	9%	9%
INFLACION											
COSTOS											
M.P	95,00	103,55	112,87	123,03	135,33	144,80	156,39	168,90	180,72	196,99	214,72
C.I.F	70,00	76,30	83,17	90,65	99,72	106,70	115,23	124,45	133,16	145,15	158,21
M.D.O	45,00	49,05	53,46	58,28	64,10	68,59	74,08	80,00	85,61	93,31	101,71
C.U	210,00	228,90	249,50	271,96	299,15	320,09	345,70	373,36	399,49	435,44	474,63
VOLUMEN (paquetes)		250,00	275,00	302,50	332,75	366,03	402,63	442,89	487,18	535,90	589,49
Volumen Variación 5%		262,50	288,75	317,63	349,39	384,33	422,76	465,03	511,54	562,69	618,96
C.P		60.086,25	72.043,41	86.380,05	104.519,86	123.019,88	146.147,62	173.623,37	204.354,71	245.021,29	293.780,53
B.I		47.210,63	56.605,54	67.870,04	82.122,75	96.658,48	114.830,27	136.418,36	160.564,41	192.516,73	230.827,56
IVA PAGADO		5.665,28	6.792,66	8.144,41	9.854,73	11.599,02	13.779,63	16.370,20	19.267,73	23.102,01	27.699,31
RETENCIONES COBRADAS		472,11	566,06	678,70	821,23	966,58	1.148,30	1.364,18	1.605,64	1.925,17	2.308,28
C.P		65.279,42	78.270,02	93.845,76	113.553,37	133.652,31	158.778,95	188.629,39	222.016,79	266.198,13	319.171,56
IVA PAGADO (11)		5.193,17	6.226,61	7.465,70	9.033,50	10.632,43	12.631,33	15.006,02	17.662,09	21.176,84	25.391,03
IVA PAGADO (1)		472,11	566,06	678,70	821,23	966,58	1.148,30	1.364,18	1.605,64	1.925,17	2.308,28
RETENCIONES COBRADAS (11)		432,76	518,88	622,14	752,79	886,04	1.052,61	1.250,50	1.471,84	1.764,74	2.115,92
RETENCIONES COBRADAS (1)		39,34	47,17	56,56	68,44	80,55	95,69	113,68	133,80	160,43	192,36
VENTAS											
Margen Contribución (60%)	1,60	96.138,00	115.269,46	138.208,08	167.231,78	196.831,81	233.836,19	277.797,39	326.967,53	392.034,07	470.048,85
IVA COBRADO		11.536,56	13.832,34	16.584,97	20.067,81	23.619,82	28.060,34	33.335,69	39.236,10	47.044,09	56.405,86
RETENCIONES PAGADAS		961,38	1.152,69	1.382,08	1.672,32	1.968,32	2.338,36	2.777,97	3.269,68	3.920,34	4.700,49
VENTAS		106.713,18	127.949,10	153.410,97	185.627,28	218.483,31	259.558,17	308.355,10	362.933,96	435.157,82	521.754,22
IVA COBRADO (11)		10.575,18	12.679,64	15.202,89	18.395,50	21.651,50	25.721,98	30.557,71	35.966,43	43.123,75	51.705,37
IVA COBRADO (1)		961,38	1.152,69	1.382,08	1.672,32	1.968,32	2.338,36	2.777,97	3.269,68	3.920,34	4.700,49
IVA NETO		5.382,01	6.453,03	7.737,18	9.361,99	11.019,07	13.090,65	15.551,69	18.304,34	21.946,91	26.314,34
IVA NETO ANTERIOR											
GASTOS FIJOS	5%	3.004,31	3.602,17	4.319,00	5.225,99	6.150,99	7.307,38	8.681,17	10.217,74	12.251,06	14.689,03

DEPREC.	21.166,67
AMORTIZAC.	6.250,00

ANALISIS DE SENSIBILIDAD INGRESOS + 5%

FLUJO DE CAJA	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
INGRESOS:											
PRESTAMO	177.000,00										
Aportación de socios	59.000,00										
VENTAS		106.713,18	121.856,29	146.105,69	157.675,68	208.079,34	247.198,26	293.671,53	345.651,39	414.436,02	496.908,78
TOTAL INGRESOS	236.000,00	106.713,18	121.856,29	146.105,69	157.675,68	208.079,34	247.198,26	293.671,53	345.651,39	414.436,02	496.908,78
EGRESOS:											
Terreno	90.000,00										
Vehiculo	65.000,00										
Equipo de Computo	8.000,00										
M Y E	10.000,00										
M.P	45.000,00										
SOFTWARE	6.000,00										
Gastos Administrativos	3.000,00										
Gastos de Publicidad	9.000,00										
COSTOS		65.279,42	74.542,88	89.376,91	108.146,06	127.287,92	151.218,05	179.647,04	211.444,56	253.522,03	303.972,92
IVA NETO		5.382,01	6.145,74	7.368,75	8.916,18	10.494,35	12.467,29	14.811,14	17.432,71	20.901,82	25.061,28
RETENCIONES COBRADAS		432,76	494,18	592,52	716,94	843,84	1.002,49	1.190,95	1.401,75	1.680,70	2.015,16
DIVIDENDO PRESTAMO		21.806,40	33.088,14	33.088,14	33.088,14	33.088,14	33.088,14	33.088,14	33.088,14	33.088,14	33.088,14
CAPITAL DE TRABAJO	30.000,00										
Gastos		3.004,31	3.430,64	4.113,34	4.977,14	5.858,09	6.959,41	8.267,78	9.731,18	11.667,68	13.989,55
TOTAL DE EGRESOS	266.000,00	95.904,91	117.701,57	134.539,65	155.844,46	177.572,33	204.735,36	237.005,04	273.098,34	320.860,37	378.127,04
F.C.A	(30.000,00)	10.808,27	4.154,72	11.566,04	1.831,22	30.507,01	42.462,89	56.666,49	72.553,05	93.575,65	118.781,74
F.C.ACUM.	(30.000,00)	10.808,27	14.962,99	26.529,03	28.360,25	58.867,25	101.330,14	157.996,63	230.549,68	324.125,33	442.907,07

ANALISIS DE SENSIBILIDAD INGRESOS + 10%

	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
		9%	9%	9%	10%	7%	8%	8%	7%	9%	9%
INFLACION											
COSTOS											
M.P	95,00	103,55	112,87	123,03	135,33	144,80	156,39	168,90	180,72	196,99	214,72
C.I.F	70,00	76,30	83,17	90,65	99,72	106,70	115,23	124,45	133,16	145,15	158,21
M.D.O	45,00	49,05	53,46	58,28	64,10	68,59	74,08	80,00	85,61	93,31	101,71
C.U	210,00	228,90	249,50	271,96	299,15	320,09	345,70	373,36	399,49	435,44	474,63
VOLUMEN (paquetes)		250,00	275,00	302,50	332,75	366,03	402,63	442,89	487,18	535,90	589,49
Volumen Variación 10%		275,00	302,50	332,75	366,03	402,63	442,89	487,18	535,90	589,49	648,44
C.P		62.947,50	75.474,05	90.493,39	109.497,00	128.877,97	153.107,03	181.891,15	214.085,88	256.688,97	307.770,08
B.I		49.458,75	59.301,04	71.101,95	86.033,36	101.261,26	120.298,38	142.914,47	168.210,34	201.684,19	241.819,35
IVA PAGADO		5.935,05	7.116,12	8.532,23	10.324,00	12.151,35	14.435,81	17.149,74	20.185,24	24.202,10	29.018,32
RETENCIONES COBRADAS		494,59	593,01	711,02	860,33	1.012,61	1.202,98	1.429,14	1.682,10	2.016,84	2.418,19
C.P		68.387,96	81.997,17	98.314,60	118.960,67	140.016,71	166.339,85	197.611,74	232.589,02	278.874,23	334.370,21
IVA PAGADO (11)		5.440,46	6.523,11	7.821,21	9.463,67	11.138,74	13.232,82	15.720,59	18.503,14	22.185,26	26.600,13
IVA PAGADO (1)		494,59	593,01	711,02	860,33	1.012,61	1.202,98	1.429,14	1.682,10	2.016,84	2.418,19
RETENCIONES COBRADAS (11)		453,37	543,59	651,77	788,64	928,23	1.102,74	1.310,05	1.541,93	1.848,77	2.216,68
RETENCIONES COBRADAS (1)		41,22	49,42	59,25	71,69	84,38	100,25	119,10	140,18	168,07	201,52
VENTAS											
Margen Contribución (60%)	1,60	100.716,00	120.758,48	144.789,42	175.195,20	206.204,75	244.971,24	291.025,84	342.537,41	410.702,36	492.432,13
IVA COBRADO		12.085,92	14.491,02	17.374,73	21.023,42	24.744,57	29.396,55	34.923,10	41.104,49	49.284,28	59.091,86
RETENCIONES PAGADAS		1.007,16	1.207,58	1.447,89	1.751,95	2.062,05	2.449,71	2.910,26	3.425,37	4.107,02	4.924,32
VENTAS		111.794,76	134.041,92	160.716,26	194.466,67	228.887,27	271.918,08	323.038,68	380.216,53	455.879,62	546.599,66
IVA COBRADO (11)		11.078,76	13.283,43	15.926,84	19.271,47	22.682,52	26.946,84	32.012,84	37.679,12	45.177,26	54.167,53
IVA COBRADO (1)		1.007,16	1.207,58	1.447,89	1.751,95	2.062,05	2.449,71	2.910,26	3.425,37	4.107,02	4.924,32
IVA NETO		5.638,30	6.760,32	8.105,62	9.807,80	11.543,78	13.714,02	16.292,25	19.175,98	22.992,00	27.567,41
IVA NETO ANTERIOR											
GASTOS FIJOS	5%	3.147,38	3.773,70	4.524,67	5.474,85	6.443,90	7.655,35	9.094,56	10.704,29	12.834,45	15.388,50

DEPREC.	21.166,67
AMORTIZAC.	6.250,00

ANALISIS DE SENSIBILIDAD INGRESOS + 10%

FLUJO DE CAJA	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
INGRESOS:											
PRESTAMO	177.000,00										
Aportación de socios	59.000,00										
VENTAS		111.794,76	134.041,92	160.716,26	194.466,67	228.887,27	271.918,08	323.038,68	380.216,53	455.879,62	546.599,66
TOTAL INGRESOS	236.000,00	111.794,76	134.041,92	160.716,26	194.466,67	228.887,27	271.918,08	323.038,68	380.216,53	455.879,62	546.599,66
EGRESOS:											
Terreno	90.000,00										
Vehiculo	65.000,00										
Equipo de Computo	8.000,00										
M Y E	10.000,00										
M.P	45.000,00										
SOFTWARE	6.000,00										
Gastos Administrativos	3.000,00										
Gastos de Publicidad	9.000,00										
COSTOS		68.387,96	74.542,88	89.376,91	108.146,06	127.287,92	151.218,05	179.647,04	211.444,56	253.522,03	303.972,92
IVA NETO		5.638,30	6.145,74	7.368,75	8.916,18	10.494,35	12.467,29	14.811,14	17.432,71	20.901,82	25.061,28
RETENCIONES COBRADAS		453,37	494,18	592,52	715,94	843,84	1.002,49	1.190,95	1.401,75	1.680,70	2.015,16
DIVIDENDO PRESTAMO		21.806,40	33.088,14	33.088,14	33.088,14	33.088,14	33.088,14	33.088,14	33.088,14	33.088,14	33.088,14
CAPITAL DE TRABAJO	30.000,00										
Gastos		3.147,38	3.773,70	4.524,67	5.474,85	6.443,90	7.655,35	9.094,56	10.704,29	12.834,45	15.388,50
TOTAL DE EGRESOS	266.000,00	99.433,41	118.044,64	134.950,98	156.342,18	178.158,14	205.431,31	237.831,82	274.071,45	322.027,13	379.525,99
F.C.A	(30.000,00)	12.361,35	15.997,28	25.765,28	38.124,49	50.729,13	66.486,78	85.206,86	106.145,07	133.852,48	167.073,67
F.C.ACUM.	(30.000,00)	12.361,35	28.358,63	54.123,91	92.248,41	142.977,54	209.464,31	294.671,17	400.816,25	534.668,73	701.742,40

ANALISIS DE SENSIBILIDAD INGRESOS + 15%

	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
		9%	9%	9%	10%	7%	8%	8%	7%	9%	9%
INFLACION											
COSTOS											
M.P	95,00	103,55	112,87	123,03	135,33	144,80	156,39	168,90	180,72	196,99	214,72
C.I.F	70,00	76,30	83,17	90,65	99,72	106,70	115,23	124,45	133,16	145,15	158,21
M.D.O	45,00	49,05	53,46	58,28	64,10	68,59	74,08	80,00	85,61	93,31	101,71
C.U	210,00	228,90	249,50	271,96	299,15	320,09	345,70	373,36	399,49	435,44	474,63
VOLUMEN (paquetes)		250,00	275,00	302,50	332,75	366,03	402,63	442,89	487,18	535,90	589,49
Volumen Variación 15%		287,50	316,25	347,88	382,66	420,93	463,02	509,32	560,26	616,28	677,91
C.P		65.808,75	78.904,69	94.606,72	114.474,14	134.736,06	160.066,44	190.158,93	223.817,06	268.356,65	321.759,63
B.I		51.706,88	61.996,54	74.333,86	89.943,96	105.864,05	125.766,49	149.410,59	175.856,26	210.851,66	252.811,14
IVA PAGADO		6.204,83	7.439,59	8.920,06	10.793,28	12.703,69	15.091,98	17.929,27	21.102,75	25.302,20	30.337,34
RETENCIONES COBRADAS		517,07	619,97	743,34	899,44	1.058,64	1.257,66	1.494,11	1.758,56	2.108,52	2.528,11
C.P		71.496,51	85.724,31	102.783,45	124.367,97	146.381,10	173.900,75	206.594,09	243.161,25	291.550,34	349.568,85
IVA PAGADO (11)		5.687,76	6.819,62	8.176,72	9.893,84	11.645,05	13.834,31	16.435,16	19.344,19	23.193,68	27.809,23
IVA PAGADO (1)		517,07	619,97	743,34	899,44	1.058,64	1.257,66	1.494,11	1.758,56	2.108,52	2.528,11
RETENCIONES COBRADAS (11)		473,98	568,30	681,39	824,49	970,42	1.152,86	1.369,60	1.612,02	1.932,81	2.317,44
RETENCIONES COBRADAS (1)		43,09	51,66	61,94	74,95	88,22	104,81	124,51	146,55	175,71	210,68
VENTAS											
Margen Contribución (60%)	1,60	105.294,00	126.247,51	151.370,76	183.158,62	215.577,69	256.106,30	304.254,29	358.107,29	429.370,65	514.815,41
IVA COBRADO		12.635,28	15.149,70	18.164,49	21.979,03	25.869,32	30.732,76	36.510,51	42.972,88	51.524,48	61.777,85
RETENCIONES PAGADAS		1.052,94	1.262,48	1.513,71	1.831,59	2.155,78	2.561,06	3.042,54	3.581,07	4.293,71	5.148,15
VENTAS		116.876,34	140.134,73	168.021,54	203.306,07	239.291,24	284.277,99	337.722,26	397.499,10	476.601,42	571.445,10
IVA COBRADO (11)		11.582,34	13.887,23	16.650,78	20.147,45	23.713,55	28.171,69	33.467,97	39.391,80	47.230,77	56.629,69
IVA COBRADO (1)		1.052,94	1.262,48	1.513,71	1.831,59	2.155,78	2.561,06	3.042,54	3.581,07	4.293,71	5.148,15
IVA NETO		5.894,58	7.067,61	8.474,06	10.253,61	12.068,50	14.337,38	17.032,81	20.047,61	24.037,09	28.820,47
IVA NETO ANTERIOR											
GASTOS FIJOS	5%	3.290,44	3.945,23	4.730,34	5.723,71	6.736,80	8.003,32	9.507,95	11.190,85	13.417,83	16.087,98

DEPREC.	21.166,67
AMORTIZAC.	6.250,00

ANALISIS DE SENSIBILIDAD INGRESOS + 15%

FLUJO DE CAJA	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
INGRESOS:											
PRESTAMO	177.000,00										
Aportación de socios	59.000,00										
VENTAS		116.876,34	140.134,73	168.021,54	203.306,07	239.291,24	284.277,99	337.722,26	397.499,10	476.601,42	571.445,10
TOTAL INGRESOS	236.000,00	111.794,76	134.041,92	160.716,26	194.466,67	228.887,27	271.918,08	323.038,68	380.216,53	455.879,62	546.599,66
EGRESOS:											
Terreno	90.000,00										
Vehiculo	65.000,00										
Equipo de Computo	8.000,00										
M Y E	10.000,00										
M.P	45.000,00										
SOFTWARE	6.000,00										
Gastos Administrativos	3.000,00										
Gastos de Publicidad	9.000,00										
COSTOS		71.496,51	74.542,88	89.376,91	108.146,06	127.287,92	151.218,05	179.647,04	211.444,56	253.522,03	303.972,92
IVA NETO		5.894,58	6.145,74	7.368,75	8.916,18	10.494,35	12.467,29	14.811,14	17.432,71	20.901,82	25.061,28
RETENCIONES COBRADAS		473,98	494,18	592,52	716,94	843,84	1.002,49	1.190,95	1.401,75	1.680,70	2.015,16
DIVIDENDO PRESTAMO		21.806,40	33.088,14	33.088,14	33.088,14	33.088,14	33.088,14	33.088,14	33.088,14	33.088,14	33.088,14
CAPITAL DE TRABAJO	30.000,00										
Gastos		3.290,44	3.945,23	4.730,34	5.723,71	6.736,80	8.003,32	9.507,95	11.190,85	13.417,83	16.087,98
TOTAL DE EGRESOS	266.000,00	102.961,91	118.216,17	135.156,65	156.591,04	178.451,05	205.779,28	238.245,21	274.558,01	322.610,52	380.225,47
F.C.A	(30.000,00)	8.832,85	15.825,75	25.559,61	37.875,64	50.436,23	66.138,81	84.793,47	105.658,52	133.269,10	166.374,19
F.C.ACUM.	(30.000,00)	8.832,85	24.658,60	50.218,21	88.093,85	138.530,08	204.668,88	289.462,35	395.120,87	528.389,97	694.764,16

ANALISIS DE SENSIBILIDAD INGRESOS - 5%

	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
		9%	9%	9%	10%	7%	8%	8%	7%	9%	9%
INFLACION											
COSTOS											
M.P	95,00	103,55	112,87	123,03	135,33	144,80	156,39	168,90	180,72	196,99	214,72
C.I.F	70,00	76,30	83,17	90,65	99,72	106,70	115,23	124,45	133,16	145,15	158,21
M.D.O	45,00	49,05	53,46	58,28	64,10	68,59	74,08	80,00	85,61	93,31	101,71
C.U	210,00	228,90	249,50	271,96	299,15	320,09	345,70	373,36	399,49	435,44	474,63
VOLUMEN (paquetes)		250,00	275,00	302,50	332,75	366,03	402,63	442,89	487,18	535,90	589,49
Volumen Variación 5%		237,50	261,25	287,38	316,11	347,72	382,50	420,75	462,82	509,10	560,01
C.P		54.363,75	65.182,14	78.153,38	94.565,59	111.303,70	132.228,80	157.087,81	184.892,35	221.685,93	265.801,43
B.I		42.714,38	51.214,54	61.406,23	74.301,54	87.452,91	103.894,05	123.426,14	145.272,56	174.181,80	208.843,98
IVA PAGADO		5.125,73	6.145,74	7.368,75	8.916,18	10.494,35	12.467,29	14.811,14	17.432,71	20.901,82	25.061,28
RETENCIONES COBRADAS		427,14	512,15	614,06	743,02	874,53	1.038,94	1.234,26	1.452,73	1.741,82	2.088,44
C.P		59.062,33	70.815,74	84.908,07	102.738,76	120.923,52	143.657,14	170.664,69	200.872,34	240.845,93	288.774,27
IVA PAGADO (11)		4.698,58	5.633,60	6.754,69	8.173,17	9.619,82	11.428,35	13.576,88	15.979,98	19.160,00	22.972,84
IVA PAGADO (1)		427,14	512,15	614,06	743,02	874,53	1.038,94	1.234,26	1.452,73	1.741,82	2.088,44
RETENCIONES COBRADAS (11)		391,55	469,47	562,89	681,10	801,65	952,36	1.131,41	1.331,67	1.596,67	1.914,40
RETENCIONES COBRADAS (1)		35,60	42,68	51,17	61,92	72,88	86,58	102,86	121,06	145,15	174,04
VENTAS											
Margen Contribución (60%)	1,60	86.982,00	104.291,42	125.045,41	151.304,95	178.085,92	211.566,08	251.340,50	295.827,77	354.697,49	425.282,29
IVA COBRADO		10.437,84	12.514,97	15.005,45	18.156,59	21.370,31	25.387,93	30.160,86	35.499,33	42.563,70	51.033,87
RETENCIONES PAGADAS		869,82	1.042,91	1.250,45	1.513,05	1.780,86	2.115,66	2.513,40	2.958,28	3.546,97	4.252,82
VENTAS		96.550,02	115.763,47	138.800,41	167.948,49	197.675,37	234.838,34	278.987,95	328.368,82	393.714,21	472.063,34
IVA COBRADO (11)		9.568,02	11.472,06	13.755,00	16.643,54	19.589,45	23.272,27	27.647,45	32.541,05	39.016,72	46.781,05
IVA COBRADO (1)		869,82	1.042,91	1.250,45	1.513,05	1.780,86	2.115,66	2.513,40	2.958,28	3.546,97	4.252,82
IVA NETO		4.869,44	5.838,46	7.000,31	8.470,38	9.969,63	11.843,92	14.070,58	16.561,07	19.856,73	23.808,21
IVA NETO ANTERIOR											
GASTOS FIJOS	5%	2.718,19	3.259,11	3.907,67	4.728,28	5.565,19	6.611,44	7.854,39	9.244,62	11.084,30	13.290,07

DEPREC.	21.166,67
AMORTIZAC.	6.250,00

ANALISIS DE SENSIBILIDAD INGRESOS - 5%

FLUJO DE CAJA	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
INGRESOS:											
PRESTAMO	177.000,00										
Aportación de socios	59.000,00										
VENTAS		96.550,02	115.763,47	138.800,41	167.948,49	197.675,37	234.838,34	278.987,95	328.368,82	393.714,21	472.063,34
TOTAL INGRESOS	236.000,00	111.794,76	111.795,76	111.796,76	111.797,76	111.798,76	111.799,76	111.800,76	111.801,76	111.802,76	111.803,76
EGRESOS:											
Terreno	90.000,00										
Vehículo	65.000,00										
Equipo de Computo	8.000,00										
M Y E	10.000,00										
M.P	45.000,00										
SOFTWARE	6.000,00										
Gastos Administrativos	3.000,00										
Gastos de Publicidad	9.000,00										
COSTOS		59.062,33	70.815,74	84.908,07	102.738,76	120.923,52	143.657,14	170.664,69	200.872,34	240.845,93	288.774,27
IVA NETO		4.869,44	5.838,46	7.000,31	8.470,38	9.969,63	11.843,92	14.070,58	16.561,07	19.856,73	23.808,21
RETENCIONES COBRADAS		391,55	469,47	562,89	681,10	801,65	952,36	1.131,41	1.331,67	1.596,67	1.914,40
DIVIDENDO PRESTAMO		21.806,40	21.806,40	21.806,40	21.806,40	21.806,40	21.806,40	21.806,40	21.806,40	21.806,40	21.806,40
CAPITAL DE TRABAJO	30.000,00										
Gastos		2.718,19	3.259,11	3.907,67	4.728,28	5.565,19	6.611,44	7.854,39	9.244,62	11.084,30	13.290,07
TOTAL DE EGRESOS	266.000,00	88.847,91	102.189,17	118.185,34	138.424,91	159.066,39	184.871,27	215.527,46	249.816,09	295.190,02	349.593,36
F.C.A	(30.000,00)	22.946,85	9.606,59	(6.388,58)	(26.627,15)	(47.267,63)	(73.071,51)	(103.726,70)	(138.014,33)	(183.387,26)	(237.789,60)
F.C.ACUM.	(30.000,00)	22.946,85	32.553,45	26.164,87	(462,28)	(47.729,91)	(120.801,42)	(224.528,12)	(362.542,45)	(545.929,71)	(783.719,31)

ANALISIS DE SENSIBILIDAD INGRESOS - 10%

	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
		9%	9%	9%	10%	7%	8%	8%	7%	9%	9%
INFLACION											
COSTOS											
M.P	95,00	103,55	112,87	123,03	135,33	144,80	156,39	168,90	180,72	196,99	214,72
C.I.F	70,00	76,30	83,17	90,65	99,72	106,70	115,23	124,45	133,16	145,15	158,21
M.D.O	45,00	49,05	53,46	58,28	64,10	68,59	74,08	80,00	85,61	93,31	101,71
C.U	210,00	228,90	249,50	271,96	299,15	320,09	345,70	373,36	399,49	435,44	474,63
VOLUMEN (paquetes)		250,00	275,00	302,50	332,75	366,03	402,63	442,89	487,18	535,90	589,49
Volumen Variación - 10%		225,00	247,50	272,25	299,48	329,42	362,36	398,60	438,46	482,31	530,54
C.P		51.502,50	61.751,50	74.040,05	89.588,46	105.445,61	125.269,39	148.820,03	175.161,18	210.018,25	251.811,88
B.I		40.466,25	48.519,03	58.174,32	70.390,93	82.850,12	98.425,95	116.930,02	137.626,64	165.014,34	197.852,19
IVA PAGADO		4.855,95	5.822,28	6.980,92	8.446,91	9.942,01	11.811,11	14.031,60	16.515,20	19.801,72	23.742,26
RETENCIONES COBRADAS		404,66	485,19	581,74	703,91	828,50	984,26	1.169,30	1.376,27	1.650,14	1.978,52
C.P		55.953,79	67.088,59	80.439,22	97.331,46	114.559,13	136.096,24	161.682,33	190.300,11	228.169,83	273.575,62
IVA PAGADO (11)		4.451,29	5.337,09	6.399,18	7.743,00	9.113,51	10.826,85	12.862,30	15.138,93	18.151,58	21.763,74
IVA PAGADO (1)		404,66	485,19	581,74	703,91	828,50	984,26	1.169,30	1.376,27	1.650,14	1.978,52
RETENCIONES COBRADAS (11)		370,94	444,76	533,26	645,25	759,46	902,24	1.071,86	1.261,58	1.512,63	1.813,65
RETENCIONES COBRADAS (1)		33,72	40,43	48,48	58,66	69,04	82,02	97,44	114,69	137,51	164,88
VENTAS											
Margen Contribución (60%)	1,60	82.404,00	98.802,40	118.464,07	143.341,53	168.712,98	200.431,02	238.112,05	280.257,88	336.029,20	402.899,01
IVA COBRADO		9.888,48	11.856,29	14.215,69	17.200,98	20.245,56	24.051,72	28.573,45	33.630,95	40.323,50	48.347,88
RETENCIONES PAGADAS		824,04	988,02	1.184,64	1.433,42	1.687,13	2.004,31	2.381,12	2.802,58	3.360,29	4.028,99
VENTAS		91.468,44	109.670,66	131.495,12	159.109,10	187.271,41	222.478,43	264.304,38	311.086,25	372.992,41	447.217,90
IVA COBRADO (11)		9.064,44	10.868,26	13.031,05	15.767,57	18.558,43	22.047,41	26.192,33	30.828,37	36.963,21	44.318,89
IVA COBRADO (1)		824,04	988,02	1.184,64	1.433,42	1.687,13	2.004,31	2.381,12	2.802,58	3.360,29	4.028,99
IVA NETO		4.613,15	5.531,17	6.631,87	8.024,57	9.444,91	11.220,56	13.330,02	15.689,44	18.811,63	22.555,15
IVA NETO ANTERIOR											
GASTOS FUJOS	5%	2.575,13	3.087,57	3.702,00	4.479,42	5.272,28	6.263,47	7.441,00	8.758,06	10.500,91	12.590,59

DEPREC.	21.166,67
AMORTIZAC.	6.250,00

ANALISIS DE SENSIBILIDAD INGRESOS - 10%

FLUJO DE CAJA	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
INGRESOS:											
PRESTAMO	177.000,00										
Aportación de socios	59.000,00										
VENTAS		91.468,44	109.670,66	131.495,12	159.109,10	187.271,41	222.478,43	264.304,38	311.086,25	372.992,41	447.217,90
TOTAL INGRESOS	236.000,00	91.468,44	109.670,66	131.495,12	159.109,10	187.271,41	222.478,43	264.304,38	311.086,25	372.992,41	447.217,90
EGRESOS:											
Terreno	90.000,00										
Vehiculo	65.000,00										
Equipo de Computo	8.000,00										
M Y E	10.000,00										
M.P	45.000,00										
SOFTWARE	6.000,00										
Gastos Administrativos	3.000,00										
Gastos de Publicidad	9.000,00										
COSTOS		55.953,79	74.542,88	89.376,91	108.146,06	127.287,92	151.218,05	179.647,04	211.444,56	253.522,03	303.972,92
IVA NETO		4.613,15	6.145,74	7.368,75	8.916,18	10.494,35	12.467,29	14.811,14	17.432,71	20.901,82	25.061,28
RETENCIONES COBRADAS		370,94	494,18	592,52	716,94	843,84	1.002,49	1.190,95	1.401,75	1.680,70	2.015,16
DIVIDENDO PRESTAMO		21.806,40	33.088,14	33.088,14	33.088,14	33.088,14	33.088,14	33.088,14	33.088,14	33.088,14	33.088,14
CAPITAL DE TRABAJO	30.000,00										
Gastos		2.575,13	3.087,57	3.702,00	4.479,42	5.272,28	6.263,47	7.441,00	8.758,06	10.500,91	12.590,59
TOTAL DE EGRESOS	266.000,00	85.319,41	117.358,51	134.128,31	155.346,75	176.986,53	204.039,42	236.178,27	272.125,22	319.693,60	376.728,08
F.C.A	(30.000,00)	6.149,03	(7.687,85)	(2.633,19)	3.762,35	10.284,88	18.439,01	28.126,11	38.961,03	53.298,82	70.489,82
F.C.ACUM.	(30.000,00)	6.149,03	(1.538,82)	(4.172,01)	(409,66)	9.875,22	28.314,22	56.440,33	95.401,37	148.700,18	219.190,00

ANALISIS DE SENSIBILIDAD INGRESOS - 15%

	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
		9%	9%	9%	10%	7%	8%	8%	7%	9%	9%
INFLACION											
COSTOS											
M.P	95,00	103,55	112,87	123,03	135,33	144,80	156,39	168,90	180,72	196,99	214,72
C.I.F	70,00	76,30	83,17	90,65	99,72	106,70	115,23	124,45	133,16	145,15	158,21
M.D.O	45,00	49,05	53,46	58,28	64,10	68,59	74,08	80,00	85,61	93,31	101,71
C.U	210,00	228,90	249,50	271,96	299,15	320,09	345,70	373,36	399,49	435,44	474,63
VOLUMEN (paquetes)		250,00	275,00	302,50	332,75	366,03	402,63	442,89	487,18	535,90	589,49
Volumen Variación - 15%		212,50	233,75	257,13	282,84	311,12	342,23	376,46	414,10	455,51	501,06
C.P		48.641,25	58.320,86	69.926,71	84.611,32	99.587,52	118.309,98	140.552,25	165.430,00	198.350,57	237.822,33
B.I		38.218,13	45.823,53	54.942,41	66.480,32	78.247,34	92.957,84	110.433,91	129.980,71	155.846,88	186.860,41
IVA PAGADO		4.586,18	5.498,82	6.593,09	7.977,64	9.389,68	11.154,94	13.252,07	15.597,69	18.701,63	22.423,25
RETENCIONES COBRADAS		382,18	458,24	549,42	664,80	782,47	929,58	1.104,34	1.299,81	1.558,47	1.868,60
C.P		52.845,24	63.361,45	75.970,38	91.924,15	108.194,73	128.535,34	152.699,98	179.727,88	215.493,73	258.376,98
IVA PAGADO (11)		4.203,99	5.040,59	6.043,67	7.312,84	8.607,21	10.225,36	12.147,73	14.297,88	17.143,16	20.554,64
IVA PAGADO (1)		382,18	458,24	549,42	664,80	782,47	929,58	1.104,34	1.299,81	1.558,47	1.868,60
RETENCIONES COBRADAS (11)		350,33	420,05	503,64	609,40	717,27	852,11	1.012,31	1.191,49	1.428,60	1.712,89
RETENCIONES COBRADAS (1)		31,85	38,19	45,79	55,40	65,21	77,46	92,03	108,32	129,87	155,72
VENTAS											
Margen Contribución (60%)	1,60	77.826,00	93.313,37	111.882,74	135.378,11	159.340,04	189.295,96	224.883,60	264.688,00	317.360,91	380.515,73
IVA COBRADO		9.339,12	11.197,60	13.425,93	16.245,37	19.120,80	22.715,52	26.986,03	31.762,56	38.083,31	45.661,89
RETENCIONES PAGADAS		778,26	933,13	1.118,83	1.353,78	1.593,40	1.892,96	2.248,84	2.646,88	3.173,61	3.805,16
VENTAS		86.386,86	103.577,85	124.189,84	150.269,70	176.867,44	210.118,52	249.620,80	293.803,68	352.270,61	422.372,46
IVA COBRADO (11)		8.560,86	10.264,47	12.307,10	14.891,59	17.527,40	20.822,56	24.737,20	29.115,68	34.909,70	41.856,73
IVA COBRADO (1)		778,26	933,13	1.118,83	1.353,78	1.593,40	1.892,96	2.248,84	2.646,88	3.173,61	3.805,16
IVA NETO		4.356,87	5.223,88	6.263,44	7.578,76	8.920,20	10.597,19	12.589,47	14.817,80	17.766,54	21.302,09
IVA NETO ANTERIOR											
GASTOS FIJOS	5%	2.432,06	2.916,04	3.496,34	4.230,57	4.979,38	5.915,50	7.027,61	8.271,50	9.917,53	11.891,12

DEPREC.	21.166,67
AMORTIZAC.	6.250,00

ANALISIS DE SENSIBILIDAD INGRESOS - 15%

FLUJO DE CAJA	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
INGRESOS:											
PRESTAMO	177.000,00										
Aportación de socios	59.000,00										
VENTAS		86.386,86	103.577,85	124.189,84	150.269,70	176.867,44	210.118,52	249.620,80	293.803,68	352.270,61	422.372,46
TOTAL INGRESOS	236.000,00	111.794,76	134.041,92	160.716,26	194.466,67	228.887,27	271.918,08	323.038,68	380.216,53	455.879,62	546.599,66
EGRESOS:											
Terreno	90.000,00										
Vehiculo	65.000,00										
Equipo de Computo	8.000,00										
M Y E	10.000,00										
M.P	45.000,00										
SOFTWARE	6.000,00										
Gastos Administrativos	3.000,00										
Gastos de Publicidad	9.000,00										
COSTOS		52.845,24	74.542,88	89.376,91	108.146,06	127.287,92	151.218,05	179.647,04	211.444,56	253.522,03	303.972,92
IVA NETO		4.356,87	6.145,74	7.368,75	8.916,18	10.494,35	12.467,29	14.811,14	17.432,71	20.901,82	25.061,28
RETENCIONES COBRADAS		350,33	494,18	592,52	716,94	843,84	1.002,49	1.190,95	1.401,75	1.680,70	2.015,16
DIVIDENDO PRESTAMO		21.806,40	33.088,14	33.088,14	33.088,14	33.088,14	33.088,14	33.088,14	33.088,14	33.088,14	33.088,14
CAPITAL DE TRABAJO	30.000,00										
Gastos		2.432,06	2.916,04	3.496,34	4.230,57	4.979,38	5.915,50	7.027,61	8.271,50	9.917,53	11.891,12
TOTAL DE EGRESOS	266.000,00	81.790,91	117.186,98	133.922,65	155.097,89	176.693,62	203.691,45	235.764,88	271.638,66	319.110,21	376.028,61
F.C.A	(30.000,00)	30.003,85	16.854,94	26.793,61	39.368,78	52.193,65	68.226,63	87.273,80	108.577,87	136.769,40	170.571,05
F.C.ACUM.	(30.000,00)	30.003,85	46.858,79	73.652,41	113.021,19	165.214,84	233.441,47	320.715,27	429.293,14	566.062,54	736.633,60

ANALISIS DE SENSIBILIDAD COSTOS + 5%

	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
		9%	9%	9%	10%	7%	8%	8%	7%	9%	9%
INFLACION											
COSTOS											
M.P	95,00	103,55	112,87	123,03	135,33	144,80	156,39	168,90	180,72	196,99	214,72
C.I.F	70,00	76,30	83,17	90,65	99,72	106,70	115,23	124,45	133,16	145,15	158,21
M.D.O	45,00	49,05	53,46	58,28	64,10	68,59	74,08	80,00	85,61	93,31	101,71
C.U	210,00	228,90	249,50	271,96	299,15	320,09	345,70	373,36	399,49	435,44	474,63
Variación del +5%		240,35	261,98	285,55	314,11	336,10	362,98	392,02	419,47	457,22	498,37
VOLUMEN (paquetes)		250,00	251,00	252,00	253,00	254,00	255,00	256,00	257,00	258,00	259,00
C.P		60.086,25	65.755,99	71.959,58	79.469,65	85.368,62	92.561,10	100.358,01	107.802,53	117.961,98	129.076,92
B.I		44.962,50	49.205,16	53.847,31	59.467,08	63.881,28	69.263,40	75.097,83	80.668,56	88.270,87	96.588,17
IVA PAGADO		5.395,50	5.904,62	6.461,68	7.136,05	7.665,75	8.311,61	9.011,74	9.680,23	10.592,50	11.590,58
RETENCIONES COBRADAS		449,63	492,05	538,47	594,67	638,81	692,63	750,98	806,69	882,71	965,88
C.P		65.032,13	71.168,56	77.882,79	86.011,03	92.395,56	100.180,07	108.618,77	116.676,07	127.671,77	139.701,62
IVA PAGADO (11)		4.945,88	5.412,57	5.923,20	6.541,38	7.026,94	7.618,97	8.260,76	8.873,54	9.709,80	10.624,70
IVA PAGADO (1)		449,63	492,05	538,47	594,67	638,81	692,63	750,98	806,69	882,71	965,88
RETENCIONES COBRADAS (11)		412,16	451,05	493,60	545,11	585,58	634,91	688,40	739,46	809,15	885,39
RETENCIONES COBRADAS (1)		37,47	41,00	44,87	49,56	53,23	57,72	62,58	67,22	73,56	80,49
VENTAS											
Margen Contribución (60%)	1,60	96.138,00	105.209,58	115.135,33	127.151,44	136.589,79	148.097,75	160.572,81	172.484,05	188.739,16	206.523,07
IVA COBRADO		11.536,56	12.625,15	13.816,24	15.258,17	16.390,78	17.771,73	19.268,74	20.698,09	22.648,70	24.782,77
RETENCIONES PAGADAS		961,38	1.052,10	1.151,35	1.271,51	1.365,90	1.480,98	1.605,73	1.724,84	1.887,39	2.065,23
VENTAS		106.713,18	116.782,64	127.800,22	141.138,10	151.614,67	164.388,51	178.235,82	191.457,30	209.500,47	229.240,61
IVA COBRADO (11)		10.575,18	11.573,05	12.664,89	13.986,66	15.024,88	16.290,75	17.663,01	18.973,25	20.761,31	22.717,54
IVA COBRADO (1)		961,38	1.052,10	1.151,35	1.271,51	1.365,90	1.480,98	1.605,73	1.724,84	1.887,39	2.065,23
IVA NETO		5.629,31	6.160,49	6.741,68	7.445,28	7.997,94	8.671,78	9.402,25	10.099,70	11.051,51	12.092,84
IVA NETO ANTERIOR			511,75	560,04	612,88	676,84	727,09	788,34	854,75	918,15	1.004,68
GASTOS FIJOS	5%	3.004,31	3.287,80	3.597,98	3.973,48	4.268,43	4.628,05	5.017,90	5.390,13	5.898,10	6.453,85

ANALISIS DE SENSIBILIDAD COSTOS + 5%

	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
FLUJO DE CAJA											
INGRESOS:											
PRESTAMO	177.000,00										
Aportación de socios	59.000,00										
VENTAS		96.138,00	105.209,58	115.135,33	127.151,44	136.589,79	148.097,75	160.572,81	172.484,05	188.739,16	206.523,07
TOTAL INGRESOS	236.000,00	96.139,00	105.211,58	115.138,33	127.155,44	136.594,79	148.103,75	160.579,81	172.492,05	188.748,16	206.533,07
EGRESOS:											
Terreno	90.000,00										
Vehiculo	65.000,00										
Equipo de Computo	8.000,00										
M Y E	10.000,00										
M.P	45.000,00										
SOFTWARE	6.000,00										
Gastos Administrativos	3.000,00										
Gastos de Publicidad	9.000,00										
COSTOS		44.962,50	49.205,16	53.847,31	59.467,08	63.881,28	69.263,40	75.097,83	80.668,56	88.270,87	96.588,17
IVA NETO		10.575,18	11.573,05	12.664,89	13.986,66	15.024,88	16.290,75	17.663,01	18.973,25	20.761,31	22.717,54
RETENCIONES COBRADAS		4.945,88	5.412,57	5.923,20	6.541,38	7.026,94	7.618,97	8.260,76	8.873,54	9.709,80	10.624,70
DIVIDENDO PRESTAMO		21.806,40	33.088,14	33.088,14	33.088,14	33.088,14	33.088,14	33.088,14	33.088,14	33.088,14	33.088,14
CAPITAL DE TRABAJO	30.000,00										
Gastos		5.629,31	6.160,49	6.741,68	7.445,28	7.997,94	8.671,78	9.402,25	10.099,70	11.051,51	12.092,84
TOTAL DE EGRESOS	266.000,00	87.919,26	105.439,41	112.265,21	120.528,54	127.019,17	134.933,05	143.511,98	151.703,19	162.881,62	175.111,38
F.C.A	(30.000,00)	8.219,74	(227,82)	2.873,12	6.626,90	9.575,62	13.170,71	17.067,83	20.788,86	25.866,54	31.421,69
F.C.ACUM.	(30.000,00)	8.219,74	7.991,92	10.865,03	17.491,93	27.067,56	40.238,26	57.306,09	78.094,96	103.961,50	135.383,19

ANALISIS DE SENSIBILIDAD COSTOS + 10%

	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
		9%	9%	9%	10%	7%	8%	8%	7%	9%	9%
INFLACION											
COSTOS											
M.P	95,00	103,55	112,87	123,03	135,33	144,80	156,39	168,90	180,72	196,99	214,72
C.I.F	70,00	76,30	83,17	90,65	99,72	106,70	115,23	124,45	133,16	145,15	158,21
M.D.O	45,00	49,05	53,46	58,28	64,10	68,59	74,08	80,00	85,61	93,31	101,71
C.U	210,00	228,90	249,50	271,96	299,15	320,09	345,70	373,36	399,49	435,44	474,63
Variación del +10%		251,79	274,45	299,15	329,07	352,10	380,27	410,69	439,44	478,99	522,10
VOLUMEN (paquetes)		250,00	251,00	252,00	253,00	254,00	255,00	256,00	257,00	258,00	259,00
C.P		62.947,50	68.887,23	75.386,23	83.253,92	89.433,79	96.968,77	105.136,96	112.935,99	123.579,21	135.223,44
B.I		44.962,50	49.205,16	53.847,31	59.467,08	63.881,28	69.263,40	75.097,83	80.668,56	88.270,87	96.588,17
IVA PAGADO		5.395,50	5.904,62	6.461,68	7.136,05	7.665,75	8.311,61	9.011,74	9.680,23	10.592,50	11.590,58
RETENCIONES COBRADAS		449,63	492,05	538,47	594,67	638,81	692,63	750,98	806,69	882,71	965,88
C.P		67.893,38	74.299,79	81.309,43	89.795,30	96.460,73	104.587,74	113.397,72	121.809,53	133.289,01	145.848,14
IVA PAGADO (11)		4.945,88	5.412,57	5.923,20	6.541,38	7.026,94	7.618,97	8.260,76	8.873,54	9.709,80	10.624,70
IVA PAGADO (1)		449,63	492,05	538,47	594,67	638,81	692,63	750,98	806,69	882,71	965,88
RETENCIONES COBRADAS (11)		412,16	451,05	493,60	545,11	585,58	634,91	688,40	739,46	809,15	885,39
RETENCIONES COBRADAS (1)		37,47	41,00	44,87	49,56	53,23	57,72	62,58	67,22	73,56	80,49
VENTAS											
Margen Contribución (60%)	1,60	100.716,00	110.219,56	120.617,97	133.206,27	143.094,07	155.150,03	168.219,14	180.697,58	197.726,74	216.357,51
IVA COBRADO		12.085,92	13.226,35	14.474,16	15.984,75	17.171,29	18.618,00	20.186,30	21.683,71	23.727,21	25.962,90
RETENCIONES PAGADAS		1.007,16	1.102,20	1.206,18	1.332,06	1.430,94	1.551,50	1.682,19	1.806,98	1.977,27	2.163,58
VENTAS		111.794,76	122.343,71	133.885,94	147.858,96	158.834,42	172.216,53	186.723,24	200.574,31	219.476,68	240.156,83
IVA COBRADO (11)		11.078,76	12.124,15	13.267,98	14.652,69	15.740,35	17.066,50	18.504,10	19.876,73	21.749,94	23.799,33
IVA COBRADO (1)		1.007,16	1.102,20	1.206,18	1.332,06	1.430,94	1.551,50	1.682,19	1.806,98	1.977,27	2.163,58
IVA NETO		6.132,89	6.711,58	7.344,77	8.111,31	8.713,41	9.447,53	10.243,34	11.003,19	12.040,15	13.174,63
IVA NETO ANTERIOR			557,54	610,14	667,71	737,39	792,13	858,87	931,21	1.000,29	1.094,56
GASTOS FIJOS	5%	3.147,38	3.444,36	3.769,31	4.162,70	4.471,69	4.848,44	5.256,85	5.646,80	6.178,96	6.761,17

ANALISIS DE SENSIBILIDAD COSTOS + 10%

FLUJO DE CAJA	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
INGRESOS:											
PRESTAMO	177.000,00										
Aportación de socios	59.000,00										
VENTAS		100.716,00	110.219,56	120.617,97	133.206,27	143.094,07	155.150,03	168.219,14	180.697,58	197.726,74	216.357,51
TOTAL INGRESOS	236.000,00	100.716,00	110.219,56	120.617,97	133.206,27	143.094,07	155.150,03	168.219,14	180.697,58	197.726,74	216.357,51
EGRESOS:											
Terreno	90.000,00										
Vehiculo	65.000,00										
Equipo de Computo	8.000,00										
M Y E	10.000,00										
M.P	45.000,00										
SOFTWARE	6.000,00										
Gastos Administrativos	3.000,00										
Gastos de Publicidad	9.000,00										
COSTOS		44.962,50	49.205,16	53.847,31	59.467,08	63.881,28	69.263,40	75.097,83	80.668,56	88.270,87	96.588,17
IVA NETO		11.078,76	12.124,15	13.267,98	14.652,69	15.740,35	17.066,50	18.504,10	19.876,73	21.749,94	23.799,33
RETENCIONES COBRADAS		4.945,88	5.412,57	5.923,20	6.541,38	7.026,94	7.618,97	8.260,76	8.873,54	9.709,80	10.624,70
DIVIDENDO PRESTAMO		21.806,40	33.088,14	33.088,14	33.088,14	33.088,14	33.088,14	33.088,14	33.088,14	33.088,14	33.088,14
CAPITAL DE TRABAJO	30.000,00										
Gastos		6.132,89	6.711,58	7.344,77	8.111,31	8.713,41	9.447,53	10.243,34	11.003,19	12.040,15	13.174,63
TOTAL DE EGRESOS	266.000,00	88.926,42	106.541,60	113.471,39	121.860,60	128.450,11	136.484,55	145.194,17	153.510,16	164.858,89	177.274,96
F.C.A	(30.000,00)	11.789,58	3.677,96	7.146,57	11.345,67	14.643,96	18.665,48	23.024,96	27.187,41	32.867,86	39.082,55
F.C.ACUM.	(30.000,00)	11.789,58	15.467,54	22.614,11	33.959,78	48.603,74	67.269,22	90.294,18	117.481,59	150.349,45	189.432,00

ANALISIS DE SENSIBILIDAD COSTOS + 15%

	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
		9%	9%	9%	10%	7%	8%	8%	7%	9%	9%
INFLACION											
COSTOS											
M.P	95,00	103,55	112,87	123,03	135,33	144,80	156,39	168,90	180,72	196,99	214,72
C.I.F	70,00	76,30	83,17	90,65	99,72	106,70	115,23	124,45	133,16	145,15	158,21
M.D.O	45,00	49,05	53,46	58,28	64,10	68,59	74,08	80,00	85,61	93,31	101,71
C.U	210,00	228,90	249,50	271,96	299,15	320,09	345,70	373,36	399,49	435,44	474,63
Variación del +15%		263,24	286,93	312,75	344,02	368,11	397,55	429,36	459,41	500,76	545,83
VOLUMEN (paquetes)		250,00	251,00	252,00	253,00	254,00	255,00	256,00	257,00	258,00	259,00
C.P		65.808,75	72.018,46	78.812,87	87.038,19	93.498,97	101.376,44	109.915,91	118.069,44	129.196,45	141.369,96
B.I		44.962,50	49.205,16	53.847,31	59.467,08	63.881,28	69.263,40	75.097,83	80.668,56	88.270,87	96.588,17
IVA PAGADO		5.395,50	5.904,62	6.461,68	7.136,05	7.665,75	8.311,61	9.011,74	9.680,23	10.592,50	11.590,58
RETENCIONES COBRADAS		449,63	492,05	538,47	594,67	638,81	692,63	750,98	806,69	882,71	965,88
C.P		70.754,63	77.431,03	84.736,08	93.579,57	100.525,91	108.995,41	118.176,67	126.942,98	138.906,25	151.994,66
IVA PAGADO (11)		4.945,88	5.412,57	5.923,20	6.541,38	7.026,94	7.618,97	8.260,76	8.873,54	9.709,80	10.624,70
IVA PAGADO (1)		449,63	492,05	538,47	594,67	638,81	692,63	750,98	806,69	882,71	965,88
RETENCIONES COBRADAS (11)		412,16	451,05	493,60	545,11	585,58	634,91	688,40	739,46	809,15	885,39
RETENCIONES COBRADAS (1)		37,47	41,00	44,87	49,56	53,23	57,72	62,58	67,22	73,56	80,49
VENTAS											
Margen Contribución (60%)	1,60	105.294,00	115.229,54	126.100,60	139.261,10	149.598,35	162.202,30	175.865,46	188.911,10	206.714,32	226.191,94
IVA COBRADO		12.635,28	13.827,55	15.132,07	16.711,33	17.951,80	19.464,28	21.103,86	22.669,33	24.805,72	27.143,03
RETENCIONES PAGADAS		1.052,94	1.152,30	1.261,01	1.392,61	1.495,98	1.622,02	1.758,65	1.889,11	2.067,14	2.261,92
VENTAS		116.876,34	127.904,79	139.971,67	154.579,82	166.054,16	180.044,55	195.210,66	209.691,33	229.452,90	251.073,05
IVA COBRADO (11)		11.582,34	12.675,25	13.871,07	15.318,72	16.455,82	17.842,25	19.345,20	20.780,22	22.738,58	24.881,11
IVA COBRADO (1)		1.052,94	1.152,30	1.261,01	1.392,61	1.495,98	1.622,02	1.758,65	1.889,11	2.067,14	2.261,92
IVA NETO		6.636,47	7.262,68	7.947,86	8.777,34	9.428,88	10.223,28	11.084,44	11.906,68	13.028,78	14.256,41
IVA NETO ANTERIOR			603,31	660,24	722,53	797,94	857,17	929,39	1.007,68	1.082,43	1.184,43
GASTOS FIJOS	5%	3.290,44	3.600,92	3.940,64	4.351,91	4.674,95	5.068,82	5.495,80	5.903,47	6.459,82	7.068,50

ANALISIS DE SENSIBILIDAD COSTOS + 15%

FLUJO DE CAJA	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
INGRESOS:											
PRESTAMO	177.000,00										
Aportación de socios	59.000,00										
VENTAS		105.294,00	115.229,54	126.100,60	139.261,10	149.598,35	162.202,30	175.865,46	188.911,10	206.714,32	226.191,94
TOTAL INGRESOS	236.000,00	105.294,00	115.229,54	126.100,60	139.261,10	149.598,35	162.202,30	175.865,46	188.911,10	206.714,32	226.191,94
EGRESOS:											
Terreno	90.000,00										
Vehiculo	65.000,00										
Equipo de Computo	8.000,00										
M Y E	10.000,00										
M.P	45.000,00										
SOFTWARE	6.000,00										
Gastos Administrativos	3.000,00										
Gastos de Publicidad	9.000,00										
COSTOS		44.962,50	49.205,16	53.847,31	59.467,08	63.881,28	69.263,40	75.097,83	80.668,56	88.270,87	96.588,17
IVA NETO		11.582,34	12.675,25	13.871,07	15.318,72	16.455,82	17.842,25	19.345,20	20.780,22	22.738,58	24.881,11
RETENCIONES COBRADAS		4.945,88	5.412,57	5.923,20	6.541,38	7.026,94	7.618,97	8.260,76	8.873,54	9.709,80	10.624,70
DIVIDENDO PRESTAMO		21.806,40	33.088,14	33.088,14	33.088,14	33.088,14	33.088,14	33.088,14	33.088,14	33.088,14	33.088,14
CAPITAL DE TRABAJO	30.000,00										
Gastos		6.636,47	7.262,68	7.947,86	8.777,34	9.428,88	10.223,28	11.084,44	11.906,68	13.028,78	14.256,41
TOTAL DE EGRESOS	266.000,00	89.933,58	107.643,80	114.677,57	123.192,66	129.881,05	138.036,05	146.876,36	155.317,14	166.836,15	179.438,53
F.C.A	(30.000,00)	15.360,42	7.585,75	11.423,03	16.068,44	19.717,29	24.166,25	28.989,09	33.593,96	39.878,17	46.753,40
F.C.ACUM.	(30.000,00)	15.360,42	22.946,17	34.369,19	50.437,63	70.154,92	94.321,18	123.310,27	156.904,23	196.782,40	243.535,81

ANALISIS DE SENSIBILIDAD COSTOS - 5%

	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
		9%	9%	9%	10%	7%	8%	8%	7%	9%	9%
INFLACION											
COSTOS											
M.P	95,00	103,55	112,87	123,03	135,33	144,80	156,39	168,90	180,72	196,99	214,72
C.I.F	70,00	76,30	83,17	90,65	99,72	106,70	115,23	124,45	133,16	145,15	158,21
M.D.O	45,00	49,05	53,46	58,28	64,10	68,59	74,08	80,00	85,61	93,31	101,71
C.U	210,00	228,90	249,50	271,96	299,15	320,09	345,70	373,36	399,49	435,44	474,63
Variación del - 5%		217,46	237,03	258,36	284,19	304,09	328,41	354,69	379,52	413,67	450,90
VOLUMEN (paquetes)		250,00	251,00	252,00	253,00	254,00	255,00	256,00	257,00	258,00	259,00
C.P		54.363,75	59.493,51	65.106,29	71.901,11	77.238,28	83.745,75	90.800,10	97.535,62	106.727,50	116.783,88
B.I		44.962,50	49.205,16	53.847,31	59.467,08	63.881,28	69.263,40	75.097,83	80.668,56	88.270,87	96.588,17
IVA PAGADO		5.395,50	5.904,62	6.461,68	7.136,05	7.665,75	8.311,61	9.011,74	9.680,23	10.592,50	11.590,58
RETENCIONES COBRADAS		449,63	492,05	538,47	594,67	638,81	692,63	750,98	806,69	882,71	965,88
C.P		59.309,63	64.906,08	71.029,49	78.442,49	84.265,22	91.364,73	99.060,86	106.409,17	116.437,30	127.408,58
IVA PAGADO (11)		4.945,88	5.412,57	5.923,20	6.541,38	7.026,94	7.618,97	8.260,76	8.873,54	9.709,80	10.624,70
IVA PAGADO (1)		449,63	492,05	538,47	594,67	638,81	692,63	750,98	806,69	882,71	965,88
RETENCIONES COBRADAS (11)		412,16	451,05	493,60	545,11	585,58	634,91	688,40	739,46	809,15	885,39
RETENCIONES COBRADAS (1)		37,47	41,00	44,87	49,56	53,23	57,72	62,58	67,22	73,56	80,49
VENTAS											
Margen Contribución (60%)	1,60	86.982,00	95.189,62	104.170,06	115.041,78	123.581,24	133.993,21	145.280,16	156.057,00	170.764,00	186.854,21
IVA COBRADO		10.437,84	11.422,75	12.500,41	13.805,01	14.829,75	16.079,18	17.433,62	18.726,84	20.491,68	22.422,51
RETENCIONES PAGADAS		869,82	951,90	1.041,70	1.150,42	1.235,81	1.339,93	1.452,80	1.560,57	1.707,64	1.868,54
VENTAS		96.550,02	105.660,48	115.628,77	127.696,37	137.175,18	148.732,46	161.260,98	173.223,27	189.548,05	207.408,17
IVA COBRADO (11)		9.568,02	10.470,86	11.458,71	12.654,60	13.593,94	14.739,25	15.980,82	17.166,27	18.784,04	20.553,96
IVA COBRADO (1)		869,82	951,90	1.041,70	1.150,42	1.235,81	1.339,93	1.452,80	1.560,57	1.707,64	1.868,54
IVA NETO		4.622,15	5.058,29	5.535,50	6.113,22	6.567,00	7.120,28	7.720,06	8.292,73	9.074,25	9.929,26
IVA NETO ANTERIOR			420,20	459,84	503,23	555,75	597,00	647,30	701,82	753,88	824,93
GASTOS FIJOS	5%	2.718,19	2.974,68	3.255,31	3.595,06	3.861,91	4.187,29	4.540,01	4.876,78	5.336,38	5.839,19

ANALISIS DE SENSIBILIDAD COSTOS - 5%

FLUJO DE CAJA	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
INGRESOS:											
PRESTAMO	177.000,00										
Aportación de socios	59.000,00										
VENTAS		86.982,00	95.189,62	104.170,06	115.041,78	123.581,24	133.993,21	145.280,16	156.057,00	170.764,00	186.854,21
TOTAL INGRESOS	236.000,00	86.982,00	95.189,62	104.170,06	115.041,78	123.581,24	133.993,21	145.280,16	156.057,00	170.764,00	186.854,21
EGRESOS:											
Terreno	90.000,00										
Vehiculo	65.000,00										
Equipo de Computo	8.000,00										
M Y E	10.000,00										
M.P	45.000,00										
SOFTWARE	6.000,00										
Gastos Administrativos	3.000,00										
Gastos de Publicidad	9.000,00										
COSTOS		44.962,50	49.205,16	53.847,31	59.467,08	63.881,28	69.263,40	75.097,83	80.668,56	88.270,87	96.588,17
IVA NETO		9.568,02	10.470,86	11.458,71	12.654,60	13.593,94	14.739,25	15.980,82	17.166,27	18.784,04	20.553,96
RETENCIONES COBRADAS		4.945,88	5.412,57	5.923,20	6.541,38	7.026,94	7.618,97	8.260,76	8.873,54	9.709,80	10.624,70
DIVIDENDO PRESTAMO		21.806,40	33.088,14	33.088,14	33.088,14	33.088,14	33.088,14	33.088,14	33.088,14	33.088,14	33.088,14
CAPITAL DE TRABAJO	30.000,00										
Gastos		4.622,15	5.058,29	5.535,50	6.113,22	6.567,00	7.120,28	7.720,06	8.292,73	9.074,25	9.929,26
TOTAL DE EGRESOS	266.000,00	85.904,94	103.235,01	109.852,85	117.864,41	124.157,29	131.830,05	140.147,60	148.089,24	158.927,08	170.784,23
F.C.A	(30.000,00)	1.077,06	(8.045,39)	(5.682,79)	(2.822,63)	(576,05)	2.163,16	5.132,56	7.967,76	11.836,92	16.069,98
F.C.ACUM.	(30.000,00)	1.077,06	(6.968,33)	(12.651,13)	(15.473,76)	(16.049,81)	(13.886,65)	(8.754,09)	(786,32)	11.050,60	27.120,57

ANALISIS DE SENSIBILIDAD COSTOS - 10%

	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
		9%	9%	9%	10%	7%	8%	8%	7%	9%	9%
INFLACION											
COSTOS											
M.P	95,00	103,55	112,87	123,03	135,33	144,80	156,39	168,90	180,72	196,99	214,72
C.I.F	70,00	76,30	83,17	90,65	99,72	106,70	115,23	124,45	133,16	145,15	158,21
M.D.O	45,00	49,05	53,46	58,28	64,10	68,59	74,08	80,00	85,61	93,31	101,71
C.U	210,00	228,90	249,50	271,96	299,15	320,09	345,70	373,36	399,49	435,44	474,63
Variación del - 10%		206,01	224,55	244,76	269,24	288,08	311,13	336,02	359,54	391,90	427,17
VOLUMEN (paquetes)		250,00	251,00	252,00	253,00	254,00	255,00	256,00	257,00	258,00	259,00
C.P		51.502,50	56.362,28	61.679,64	68.116,84	73.173,10	79.338,08	86.021,15	92.402,17	101.110,27	110.637,36
B.I		44.962,50	49.205,16	53.847,31	59.467,08	63.881,28	69.263,40	75.097,83	80.668,56	88.270,87	96.588,17
IVA PAGADO		5.395,50	5.904,62	6.461,68	7.136,05	7.665,75	8.311,61	9.011,74	9.680,23	10.592,50	11.590,58
RETENCIONES COBRADAS		449,63	492,05	538,47	594,67	638,81	692,63	750,98	806,69	882,71	965,88
C.P		56.448,38	61.774,84	67.602,84	74.658,22	80.200,04	86.957,06	94.281,91	101.275,71	110.820,06	121.262,06
IVA PAGADO (11)		4.945,88	5.412,57	5.923,20	6.541,38	7.026,94	7.618,97	8.260,76	8.873,54	9.709,80	10.624,70
IVA PAGADO (1)		449,63	492,05	538,47	594,67	638,81	692,63	750,98	806,69	882,71	965,88
RETENCIONES COBRADAS (11)		412,16	451,05	493,60	545,11	585,58	634,91	688,40	739,46	809,15	885,39
RETENCIONES COBRADAS (1)		37,47	41,00	44,87	49,56	53,23	57,72	62,58	67,22	73,56	80,49
VENTAS											
Margen Contribución (60%)	1,60	82.404,00	90.179,64	98.687,43	108.986,95	117.076,97	126.940,93	137.633,84	147.843,47	161.776,43	177.019,78
IVA COBRADO		9.888,48	10.821,56	11.842,49	13.078,43	14.049,24	15.232,91	16.516,06	17.741,22	19.413,17	21.242,37
RETENCIONES PAGADAS		824,04	901,80	986,87	1.089,87	1.170,77	1.269,41	1.376,34	1.478,43	1.617,76	1.770,20
VENTAS		91.468,44	100.099,40	109.543,04	120.975,51	129.955,43	140.904,43	152.773,56	164.106,25	179.571,83	196.491,95
IVA COBRADO (11)		9.064,44	9.919,76	10.855,62	11.988,56	12.878,47	13.963,50	15.139,72	16.262,78	17.795,41	19.472,18
IVA COBRADO (1)		824,04	901,80	986,87	1.089,87	1.170,77	1.269,41	1.376,34	1.478,43	1.617,76	1.770,20
IVA NETO		4.118,57	4.507,19	4.932,41	5.447,18	5.851,53	6.344,53	6.878,96	7.389,24	8.085,61	8.847,48
IVA NETO ANTERIOR			374,42	409,74	448,40	495,20	531,96	576,78	625,36	671,75	735,06
GASTOS FIJOS	5%	2.575,13	2.818,11	3.083,98	3.405,84	3.658,66	3.966,90	4.301,06	4.620,11	5.055,51	5.531,87

ANALISIS DE SENSIBILIDAD COSTOS - 10%

FLUJO DE CAJA	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
INGRESOS:											
PRESTAMO	177.000,00										
Aportación de socios	59.000,00										
VENTAS		82.404,00	90.179,64	98.687,43	108.986,95	117.076,97	126.940,93	137.633,84	147.843,47	161.776,43	177.019,78
TOTAL INGRESOS	236.000,00	82.404,00	90.179,64	98.687,43	108.986,95	117.076,97	126.940,93	137.633,84	147.843,47	161.776,43	177.019,78
EGRESOS:											
Terreno	90.000,00										
Vehiculo	65.000,00										
Equipo de Computo	8.000,00										
M Y E	10.000,00										
M.P	45.000,00										
SOFTWARE	6.000,00										
Gastos Administrativos	3.000,00										
Gastos de Publicidad	9.000,00										
COSTOS		44.962,50	49.205,16	53.847,31	59.467,08	63.881,28	69.263,40	75.097,83	80.668,56	88.270,87	96.588,17
IVA NETO		9.064,44	9.919,76	10.855,62	11.988,56	12.878,47	13.963,50	15.139,72	16.262,78	17.795,41	19.472,18
RETENCIONES COBRADAS		4.945,88	5.412,57	5.923,20	6.541,38	7.026,94	7.618,97	8.260,76	8.873,54	9.709,80	10.624,70
DIVIDENDO PRESTAMO		21.806,40	33.088,14	33.088,14	33.088,14	33.088,14	33.088,14	33.088,14	33.088,14	33.088,14	33.088,14
CAPITAL DE TRABAJO	30.000,00										
Gastos		4.118,57	4.507,19	4.932,41	5.447,18	5.851,53	6.344,53	6.878,96	7.389,24	8.085,61	8.847,48
TOTAL DE EGRESOS	266.000,00	84.897,78	102.132,82	108.646,68	116.532,35	122.726,35	130.278,55	138.465,41	146.282,26	156.949,82	168.620,66
F.C.A	(30.000,00)	(2.493,78)	(11.953,18)	(9.959,25)	(7.545,40)	(5.649,38)	(3.337,61)	(831,57)	1.561,21	4.826,61	8.399,12
F.C.ACUM.	(30.000,00)	(2.493,78)	(14.446,96)	(24.406,21)	(31.951,61)	(37.600,99)	(40.938,60)	(41.770,18)	(40.208,96)	(35.382,35)	(26.983,24)

ANALISIS DE SENSIBILIDAD COSTOS - 15%

	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
		9%	9%	9%	10%	7%	8%	8%	7%	9%	9%
INFLACION											
COSTOS											
M.P	95,00	103,55	112,87	123,03	135,33	144,80	156,39	168,90	180,72	196,99	214,72
C.I.F	70,00	76,30	83,17	90,65	99,72	106,70	115,23	124,45	133,16	145,15	158,21
M.D.O	45,00	49,05	53,46	58,28	64,10	68,59	74,08	80,00	85,61	93,31	101,71
C.U	210,00	228,90	249,50	271,96	299,15	320,09	345,70	373,36	399,49	435,44	474,63
Variación del -15%		194,57	212,08	231,16	254,28	272,08	293,84	317,35	339,57	370,13	403,44
VOLUMEN (paquetes)		250,00	251,00	252,00	253,00	254,00	255,00	256,00	257,00	258,00	259,00
C.P		48.641,25	53.231,04	58.252,99	64.332,57	69.107,93	74.930,41	81.242,20	87.268,72	95.493,03	104.490,84
B.I		44.962,50	49.205,16	53.847,31	59.467,08	63.881,28	69.263,40	75.097,83	80.668,56	88.270,87	96.588,17
IVA PAGADO		5.395,50	5.904,62	6.461,68	7.136,05	7.665,75	8.311,61	9.011,74	9.680,23	10.592,50	11.590,58
RETENCIONES COBRADAS		449,63	492,05	538,47	594,67	638,81	692,63	750,98	806,69	882,71	965,88
C.P		53.587,13	58.643,61	64.176,20	70.873,95	76.134,87	82.549,39	89.502,96	96.142,26	105.202,82	115.115,54
IVA PAGADO (11)		4.945,88	5.412,57	5.923,20	6.541,38	7.026,94	7.618,97	8.260,76	8.873,54	9.709,80	10.624,70
IVA PAGADO (1)		449,63	492,05	538,47	594,67	638,81	692,63	750,98	806,69	882,71	965,88
RETENCIONES COBRADAS (11)		412,16	451,05	493,60	545,11	585,58	634,91	688,40	739,46	809,15	885,39
RETENCIONES COBRADAS (1)		37,47	41,00	44,87	49,56	53,23	57,72	62,58	67,22	73,56	80,49
VENTAS											
Margen Contribución (60%)	1,60	77.826,00	85.169,66	93.204,79	102.932,12	110.572,69	119.888,66	129.987,51	139.629,95	152.788,85	167.185,35
IVA COBRADO		9.339,12	10.220,36	11.184,57	12.351,85	13.268,72	14.386,64	15.598,50	16.755,59	18.334,66	20.062,24
RETENCIONES PAGADAS		778,26	851,70	932,05	1.029,32	1.105,73	1.198,89	1.299,88	1.396,30	1.527,89	1.671,85
VENTAS		86.386,86	94.538,32	103.457,32	114.254,65	122.735,69	133.076,41	144.286,14	154.989,24	169.595,62	185.575,73
IVA COBRADO (11)		8.560,86	9.368,66	10.252,53	11.322,53	12.163,00	13.187,75	14.298,63	15.359,29	16.806,77	18.390,39
IVA COBRADO (1)		778,26	851,70	932,05	1.029,32	1.105,73	1.198,89	1.299,88	1.396,30	1.527,89	1.671,85
IVA NETO		3.614,99	3.956,09	4.329,32	4.781,15	5.136,06	5.568,78	6.037,87	6.485,75	7.096,98	7.765,69
IVA NETO ANTERIOR			328,64	359,64	393,57	434,65	466,91	506,25	548,90	589,61	645,18
GASTOS FIJOS	5%	2.432,06	2.661,55	2.912,65	3.216,63	3.455,40	3.746,52	4.062,11	4.363,44	4.774,65	5.224,54

ANALISIS DE SENSIBILIDAD COSTOS - 15%

FLUJO DE CAJA	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
INGRESOS:											
PRESTAMO	177.000,00										
Aportación de socios	59.000,00										
VENTAS		77.826,00	85.169,66	93.204,79	102.932,12	110.572,69	119.888,66	129.987,51	139.629,95	152.788,85	167.185,35
TOTAL INGRESOS	236.000,00	77.826,00	85.169,66	93.204,79	102.932,12	110.572,69	119.888,66	129.987,51	139.629,95	152.788,85	167.185,35
EGRESOS:											
Terreno	90.000,00										
Vehiculo	65.000,00										
Equipo de Computo	8.000,00										
M Y E	10.000,00										
M.P	45.000,00										
SOFTWARE	6.000,00										
Gastos Administrativos	3.000,00										
Gastos de Publicidad	9.000,00										
COSTOS		44.962,50	49.205,16	53.847,31	59.467,08	63.881,28	69.263,40	75.097,83	80.668,56	88.270,87	96.588,17
IVA NETO		8.560,86	9.368,66	10.252,53	11.322,53	12.163,00	13.187,75	14.298,63	15.359,29	16.806,77	18.390,39
RETENCIONES COBRADAS		4.945,88	5.412,57	5.923,20	6.541,38	7.026,94	7.618,97	8.260,76	8.873,54	9.709,80	10.624,70
DIVIDENDO PRESTAMO		21.806,40	33.088,14	33.088,14	33.088,14	33.088,14	33.088,14	33.088,14	33.088,14	33.088,14	33.088,14
CAPITAL DE TRABAJO	30.000,00										
Gastos		3.614,99	3.956,09	4.329,32	4.781,15	5.136,06	5.568,78	6.037,87	6.485,75	7.096,98	7.765,69
TOTAL DE EGRESOS	266.000,00	83.890,62	101.030,62	107.440,50	115.200,29	121.295,41	128.727,05	136.783,22	144.475,29	154.972,55	166.457,08
F.C.A	(30.000,00)	(6.064,62)	(15.860,96)	(14.235,70)	(12.268,17)	(10.722,72)	(8.838,39)	(6.795,70)	(4.845,34)	(2.183,70)	728,26
F.C.ACUM.	(30.000,00)	(6.064,62)	(21.925,58)	(36.161,29)	(48.429,45)	(59.152,17)	(67.990,56)	(74.786,26)	(79.631,60)	(81.815,31)	(81.087,04)

BALANCE GENERAL

	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
ACTIVOS:											
Terreno	90.000,00	90.000,00	90.000,00	90.000,00	90.000,00	90.000,00	90.000,00	90.000,00	90.000,00	90.000,00	90.000,00
Vehiculo	65.000,00	65.000,00	65.000,00	65.000,00	65.000,00	65.000,00	65.000,00	65.000,00	65.000,00	65.000,00	65.000,00
Equipo de Computo	8.000,00	8.000,00	8.000,00	8.000,00	8.000,00	8.000,00	8.000,00	8.000,00	8.000,00	8.000,00	8.000,00
M Y E	10.000,00	10.000,00	10.000,00	10.000,00	10.000,00	10.000,00	10.000,00	10.000,00	10.000,00	10.000,00	10.000,00
M.P	45.000,00	45.000,00	45.000,00	45.000,00	45.000,00	45.000,00	45.000,00	45.000,00	45.000,00	45.000,00	45.000,00
SOFTWARE	6.000,00	6.000,00	6.000,00	6.000,00	6.000,00	6.000,00	6.000,00	6.000,00	6.000,00	6.000,00	6.000,00
IVA PAGADO		449,63	539,10	646,38	782,12	920,56	1.093,62	1.299,22	1.529,18	1.833,49	2.198,36
RETENCIONES											
PAGADAS		915,60	1.097,80	1.316,27	1.592,68	1.874,59	2.227,01	2.645,69	3.113,98	3.733,66	4.476,66
CAJA		9.255,19	4.154,72	11.566,04	1.831,22	30.507,01	42.462,89	56.666,49	72.553,05	93.575,65	118.781,74
DEP. ACUMULADA		21.166,67	42.333,33	63.500,00	84.666,67	105.833,33	127.000,00	148.166,67	169.333,33	190.500,00	211.666,67
AMOR. ACUM.		6.250,00	12.500,00	18.750,00	25.000,00	31.250,00	37.500,00	43.750,00	50.000,00	56.250,00	62.500,00
TOTAL DE ACTIVOS:	224.000,00	262.037,09	284.624,95	319.778,69	337.872,69	394.385,48	434.283,52	476.528,06	520.529,55	569.892,80	623.623,42
PASIVOS:											
PRESTAMOS	177.000,00	177.000,00	177.000,00	177.000,00	177.000,00	177.000,00	177.000,00	177.000,00	177.000,00	177.000,00	177.000,00
IVA COBRADO		915,60	1.097,80	1.316,27	1.592,68	1.874,59	2.227,01	2.645,69	3.113,98	3.733,66	4.476,66
RETENCIONES											
COBRADAS		37,47	44,93	53,87	65,18	76,71	91,14	108,27	127,43	152,79	183,20
	0,15	(2.662,40)	(1.670,78)	(322,81)	1.352,12	3.087,06	5.221,34	7.737,51	9.391,29	13.420,64	18.191,76
	0,25	(3.771,73)	(2.366,94)	(457,31)	1.554,94	3.550,12	6.004,54	8.898,14	10.799,99	15.433,73	20.920,52
TOTAL DE PASIVO:	177.000,00	171.518,94	174.105,00	177.590,02	181.564,93	185.588,48	190.544,02	196.389,61	200.432,69	209.740,82	220.772,13
PATRIMONIO:											
CAPITAL	60.000,00	60.000,00	60.000,00	60.000,00	59.000,00	59.000,00	59.000,00	59.000,00	59.000,00	59.000,00	59.000,00
UTILIDAD		(11.315,19)	(7.100,83)	(1.371,93)	8.811,34	20.117,35	34.025,72	50.422,80	61.199,94	87.457,82	118.549,62
TOTAL DE PATRIM:	60.000,00	48.684,81	52.899,17	58.628,07	67.811,34	79.117,35	93.025,72	109.422,80	120.199,94	146.457,82	177.549,62
TOTAL DE PAS. Y PAT	237.000,00	220.203,75	227.004,17	236.218,08	249.376,26	264.705,83	283.569,74	305.812,41	320.632,63	356.198,63	398.321,75

Bibliografía:

✓ Aspectos Económicos

<http://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:bGXelbTRJPMJ:www.micip.gov.ec/+PIB+PER+CAPITA+ECUADOR+DICIEMBRE+2010&HL=es&ct=clnk>

<http://www.elfinanciero.com/>

<http://www.explored.com.ec/noticias-ecuador/ecuador-población-total-y-por-sexo-57319-57319.html>

<http://www.bce.fin.ec/docs.php?path=/documentos/Estadisticas/SectorReal/Previsiones/IndCoyuntura/EstMacro122010.pdf> (30 noviembre 2010)

<http://www.eluniverso.com/2010/12/14/1/1356/dificit-balanza-comercial-record-decada.html>

<http://www.bce.fin.ec/docs.php?path=/documentos/Estadisticos/SectorReal/Previsiones/IndCoyuntura/EstMacro122010.pdf>

✓ Desintoxicación iónica:

<http://www.hipnoterapeuta.net/aquadetox.html>

http://www.zhordan.com/contenido-de-la-web/zhordangualaceo/gualaceo/mapa_gualaceo.htm