

	MACROPROCESO DE APOYO	CÓDIGO: AAAR113
	PROCESO GESTIÓN APOYO ACADÉMICO	VERSIÓN: 3
	DESCRIPCIÓN, AUTORIZACIÓN Y LICENCIA DEL REPOSITORIO INSTITUCIONAL	VIGENCIA: 2017-11-16
		PAGINA: 1 de 7

16.

FECHA | jueves, 22 de noviembre de 2018

Señores
UNIVERSIDAD DE CUNDINAMARCA
 BIBLIOTECA
 Ciudad

UNIDAD REGIONAL	Seccional Girardot
TIPO DE DOCUMENTO	Trabajo De Grado
FACULTAD	Ciencias Administrativas Económicas y Contables
NIVEL ACADÉMICO DE FORMACIÓN O PROCESO	Pregrado
PROGRAMA ACADÉMICO	Administración de Empresas

El Autor(Es):

APELLIDOS COMPLETOS	NOMBRES COMPLETOS	No. DOCUMENTO DE IDENTIFICACIÓN
Villacres Castillo	Diana Rocio	1070610809

Director(Es) y/o Asesor(Es) del documento:

APELLIDOS COMPLETOS	NOMBRES COMPLETOS
Paramo Aragón	Jenny Alezandra

Diagonal 18 No. 20-29 Fusagasugá – Cundinamarca
 Teléfono (091) 8281483 Línea Gratuita 018000976000
 www.ucundinamarca.edu.co E-mail: info@ucundinamarca.edu.co
 NIT: 890.680.062-2

*Documento controlado por el Sistema de Gestión de la Calidad
 Asegúrese que corresponde a la última versión consultando el Portal Institucional*



**MACROPROCESO DE APOYO
PROCESO GESTIÓN APOYO ACADÉMICO
DESCRIPCIÓN, AUTORIZACIÓN Y LICENCIA DEL
REPOSITORIO INSTITUCIONAL**

**CÓDIGO: AAAR113
VERSIÓN: 3
VIGENCIA: 2017-11-16
PAGINA: 2 de 7**

TÍTULO DEL DOCUMENTO

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN CENTRO DE ESTÉTICA Y ASISTENCIA EN TERAPIA ALTERNATIVA "OMEOMEDI" EN LA CIUDAD DE GIRARDOT EN EL AÑO 2018.

SUBTÍTULO

(Aplica solo para Tesis, Artículos Científicos, Disertaciones, Objetos Virtuales de Aprendizaje)

TRABAJO PARA OPTAR AL TÍTULO DE:

Aplica para Tesis/Trabajo de Grado/Pasantía

Administrador de Empresas

AÑO DE EDICION DEL DOCUMENTO

14/11/2018

NÚMERO DE PÁGINAS

89

DESCRIPTORES O PALABRAS CLAVES EN ESPAÑOL E INGLÉS (Usar 6 descriptores o palabras claves)

ESPAÑOL	INGLÉS
1. Salud	Health
2. Estética	Esthetic
3. Bienestar	Wellness
4. Prevención	Prevention
5. Medicina Alternativa	Alternative Medicine
6. Tratamientos	Treatments



MACROPROCESO DE APOYO	CÓDIGO: AAAr113
PROCESO GESTIÓN APOYO ACADÉMICO	VERSIÓN: 3
DESCRIPCIÓN, AUTORIZACIÓN Y LICENCIA DEL REPOSITORIO INSTITUCIONAL	VIGENCIA: 2017-11-16
	PAGINA: 3 de 7

RESUMEN DEL CONTENIDO EN ESPAÑOL E INGLÉS

(Máximo 250 palabras – 1530 caracteres, aplica para resumen en español):

En los últimos años ha habido un crecimiento en los servicios de los centros estéticos, no solo en el aspecto físico sino también en la salud, por eso se ofrecerá la creación de productos y servicios de desvío omeomedi donse mezclando la medicina biológica con la holística para cubrir. las necesidades de girardt y su región para contribuir a los cambios y estilos de vida, satisfaciendo las necesidades de cuidado personal y estético, identificando los elementos para estructurar una empresa sólida para el crecimiento y la sostenibilidad.

También tiene como objetivo ofrecer terapias de recuperación y tratamientos de prevención para enfermedades degenerativas donde encontramos especialistas de salud.

El cuerpo humano es el templo del espíritu, y debemos analizarlo con el mayor respeto, porque hay algo más que da vida a lo puramente físico, hay una dualidad. Pero la medicina se ha vuelto más racionalista y con ella se pierde la visión global del hombre, que se convierte en una maraña de tejidos y órganos separados entre sí. Por eso ha aumentado el uso de la medicina alternativa.

Debido a los resultados obtenidos, concluimos que las hipótesis propuestas son ciertas, porque un centro de estética y asistencia en terapias alternativas no solo es un espacio donde se aplican tratamientos de belleza y obesidad, sino que también puede tener un gabinete de salud y relajación. Una conjunción perfecta entre la mente y el cuerpo.

Las características mencionadas confirman los niveles de efectividad que los servicios de Spa tienen en todo el mundo, al influir directamente en la mejora de la productividad laboral de hombres y mujeres en general.

In the last years there has been a growth in the services of aesthetic centers not only in the physical aspect but also in health, that is why the creation of omeomedi donse diversion products and services will be offered mixing the biological medicine with the holistica to cover the needs of girardt and its region to contribute to changes and lifestyles, satisfying the needs of personal and aesthetic care, identifying the elements to structure a solid company for growth and sustainability.

It also aims to offer recovery therapies and prevention treatments for degenerative diseases where we find health specialists.

The human body is the temple of the spirit, and we must analyze it with the utmost respect because there is something else that gives life to the purely physical, there is a duality. But medicine has become more rationalistic and with it the global vision of man is lost, which becomes a jumble of tissues and organs separated from each other. That is why the use of alternative medicine has increased.

	MACROPROCESO DE APOYO	CÓDIGO: AAAR113
	PROCESO GESTIÓN APOYO ACADÉMICO	VERSIÓN: 3
	DESCRIPCIÓN, AUTORIZACIÓN Y LICENCIA DEL REPOSITORIO INSTITUCIONAL	VIGENCIA: 2017-11-16
		PAGINA: 4 de 7

Due to the results obtained, we conclude that the proposed hypotheses are true, because a center of aesthetics and assistance in alternative therapy is not only a space where treatments for beauty and obesity are applied, but also can have a cabinet of health and relaxation making a perfect conjunction between the mind and the body.

The aforementioned characteristics confirm the levels of effectiveness that Spa services have around the world, by directly influencing the improvement of labor productivity of men and women in general.

AUTORIZACION DE PUBLICACIÓN

Por medio del presente escrito autorizo (Autorizamos) a la Universidad de Cundinamarca para que, en desarrollo de la presente licencia de uso parcial, pueda ejercer sobre mí (nuestra) obra las atribuciones que se indican a continuación, teniendo en cuenta que, en cualquier caso, la finalidad perseguida será facilitar, difundir y promover el aprendizaje, la enseñanza y la investigación.

En consecuencia, las atribuciones de usos temporales y parciales que por virtud de la presente licencia se autoriza a la Universidad de Cundinamarca, a los usuarios de la Biblioteca de la Universidad; así como a los usuarios de las redes, bases de datos y demás sitios web con los que la Universidad tenga perfeccionado una alianza, son:

Marque con una "X":

AUTORIZO (AUTORIZAMOS)	SI	NO
1. La reproducción por cualquier formato conocido o por conocer.	x	
2. La comunicación pública por cualquier procedimiento o medio físico o electrónico, así como su puesta a disposición en Internet.	X	
3. La inclusión en bases de datos y en sitios web sean éstos onerosos o gratuitos, existiendo con ellos previa alianza perfeccionada con la Universidad de Cundinamarca para efectos de satisfacer los fines previstos. En este evento, tales sitios y sus usuarios tendrán las mismas facultades que las aquí concedidas con las mismas limitaciones y condiciones.	X	
4. La inclusión en el Repositorio Institucional.	x	

De acuerdo con la naturaleza del uso concedido, la presente licencia parcial se otorga a título gratuito por el máximo tiempo legal colombiano, con el propósito de que en dicho lapso mi (nuestra) obra sea explotada en las condiciones aquí estipuladas y para los fines indicados, respetando siempre la titularidad de los

Diagonal 18 No. 20-29 Fusagasugá – Cundinamarca
 Teléfono (091) 8281483 Línea Gratuita 018000976000
 www.ucundinamarca.edu.co E-mail: info@ucundinamarca.edu.co
 NIT: 890.680.062-2

*Documento controlado por el Sistema de Gestión de la Calidad
 Asegúrese que corresponde a la última versión consultando el Portal Institucional*



derechos patrimoniales y morales correspondientes, de acuerdo con los usos honrados, de manera proporcional y justificada a la finalidad perseguida, sin ánimo de lucro ni de comercialización.

Para el caso de las Tesis, Trabajo de Grado o Pasantía, de manera complementaria, garantizo(garantizamos) en mi(nuestra) calidad de estudiante(s) y por ende autor(es) exclusivo(s), que la Tesis, Trabajo de Grado o Pasantía en cuestión, es producto de mi(nuestra) plena autoría, de mi(nuestro) esfuerzo personal intelectual, como consecuencia de mi(nuestra) creación original particular y, por tanto, soy(somos) el(los) único(s) titular(es) de la misma. Además, aseguro (aseguramos) que no contiene citas, ni transcripciones de otras obras protegidas, por fuera de los límites autorizados por la ley, según los usos honrados, y en proporción a los fines previstos; ni tampoco contempla declaraciones difamatorias contra terceros; respetando el derecho a la imagen, intimidad, buen nombre y demás derechos constitucionales. Adicionalmente, manifiesto (manifestamos) que no se incluyeron expresiones contrarias al orden público ni a las buenas costumbres. En consecuencia, la responsabilidad directa en la elaboración, presentación, investigación y, en general, contenidos de la Tesis o Trabajo de Grado es de mí (nuestra) competencia exclusiva, eximiendo de toda responsabilidad a la Universidad de Cundinamarca por tales aspectos.

Sin perjuicio de los usos y atribuciones otorgadas en virtud de este documento, continuaré (continuaremos) conservando los correspondientes derechos patrimoniales sin modificación o restricción alguna, puesto que, de acuerdo con la legislación colombiana aplicable, el presente es un acuerdo jurídico que en ningún caso conlleva la enajenación de los derechos patrimoniales derivados del régimen del Derecho de Autor.

De conformidad con lo establecido en el artículo 30 de la Ley 23 de 1982 y el artículo 11 de la Decisión Andina 351 de 1993, “*Los derechos morales sobre el trabajo son propiedad de los autores*”, los cuales son irrenunciables, imprescriptibles, inembargables e inalienables. En consecuencia, la Universidad de Cundinamarca está en la obligación de RESPETARLOS Y HACERLOS RESPETAR, para lo cual tomará las medidas correspondientes para garantizar su observancia.

NOTA: (Para Tesis, Trabajo de Grado o Pasantía):

Información Confidencial:

Esta Tesis, Trabajo de Grado o Pasantía, contiene información privilegiada, estratégica, secreta, confidencial y demás similar, o hace parte de la investigación que se adelanta y cuyos resultados finales no se han publicado. **SI** ___ **NO** x .

En caso afirmativo expresamente indicaré (indicaremos), en carta adjunta tal situación con el fin de que se mantenga la restricción de acceso.



LICENCIA DE PUBLICACIÓN

Como titular(es) del derecho de autor, confiero(erimos) a la Universidad de Cundinamarca una licencia no exclusiva, limitada y gratuita sobre la obra que se integrará en el Repositorio Institucional, que se ajusta a las siguientes características:

- a) Estará vigente a partir de la fecha de inclusión en el repositorio, por un plazo de 5 años, que serán prorrogables indefinidamente por el tiempo que dure el derecho patrimonial del autor. El autor podrá dar por terminada la licencia solicitándolo a la Universidad por escrito. (Para el caso de los Recursos Educativos Digitales, la Licencia de Publicación será permanente).
- b) Autoriza a la Universidad de Cundinamarca a publicar la obra en formato y/o soporte digital, conociendo que, dado que se publica en Internet, por este hecho circula con un alcance mundial.
- c) Los titulares aceptan que la autorización se hace a título gratuito, por lo tanto, renuncian a recibir beneficio alguno por la publicación, distribución, comunicación pública y cualquier otro uso que se haga en los términos de la presente licencia y de la licencia de uso con que se publica.
- d) El(Los) Autor(es), garantizo(amos) que el documento en cuestión, es producto de mi(nuestra) plena autoría, de mi(nuestro) esfuerzo personal intelectual, como consecuencia de mi (nuestra) creación original particular y, por tanto, soy(somos) el(los) único(s) titular(es) de la misma. Además, aseguro(aseguramos) que no contiene citas, ni transcripciones de otras obras protegidas, por fuera de los límites autorizados por la ley, según los usos honrados, y en proporción a los fines previstos; ni tampoco contempla declaraciones difamatorias contra terceros; respetando el derecho a la imagen, intimidad, buen nombre y demás derechos constitucionales. Adicionalmente, manifiesto (manifestamos) que no se incluyeron expresiones contrarias al orden público ni a las buenas costumbres. En consecuencia, la responsabilidad directa en la elaboración, presentación, investigación y, en general, contenidos es de mí (nuestro) competencia exclusiva, eximiendo de toda responsabilidad a la Universidad de Cundinamarca por tales aspectos.
- e) En todo caso la Universidad de Cundinamarca se compromete a indicar siempre la autoría incluyendo el nombre del autor y la fecha de publicación.
- f) Los titulares autorizan a la Universidad para incluir la obra en los índices y buscadores que estimen necesarios para promover su difusión.
- g) Los titulares aceptan que la Universidad de Cundinamarca pueda convertir el documento a cualquier medio o formato para propósitos de preservación digital.

	MACROPROCESO DE APOYO	CÓDIGO: AAAr113
	PROCESO GESTIÓN APOYO ACADÉMICO	VERSIÓN: 3
	DESCRIPCIÓN, AUTORIZACIÓN Y LICENCIA DEL REPOSITORIO INSTITUCIONAL	VIGENCIA: 2017-11-16
		PAGINA: 7 de 7

h) Los titulares autorizan que la obra sea puesta a disposición del público en los términos autorizados en los literales anteriores bajo los límites definidos por la universidad en el “Manual del Repositorio Institucional AAAM003”

i) Para el caso de los Recursos Educativos Digitales producidos por la Oficina de Educación Virtual, sus contenidos de publicación se rigen bajo la Licencia Creative Commons: Atribución- No comercial- Compartir Igual.



j) Para el caso de los Artículos Científicos y Revistas, sus contenidos se rigen bajo la Licencia Creative Commons Atribución- No comercial- Sin derivar.



Nota:

Si el documento se basa en un trabajo que ha sido patrocinado o apoyado por una entidad, con excepción de Universidad de Cundinamarca, los autores garantizan que se ha cumplido con los derechos y obligaciones requeridos por el respectivo contrato o acuerdo.

La obra que se integrará en el Repositorio Institucional, está en el(los) siguiente(s) archivo(s).

Nombre completo del Archivo Incluida su Extensión (Ej. PerezJuan2017.pdf)	Tipo de documento (ej. Texto, imagen, video, etc.)
1. ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN CENTRO DE ESTÉTICA Y ASISTENCIA EN TERAPIA ALTERNATIVA “OMEOMEDI” EN LA CIUDAD DE GIRARDOT EN EL AÑO 2018.	Texto, Imágenes
2.	

En constancia de lo anterior, Firmo (amos) el presente documento:

APELLIDOS Y NOMBRES COMPLETOS	FIRMA (autógrafa)
Villacres Castillo Diana Rocio	

12.1.50.



**ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACION DE UN CENTRO DE
ESTETICA Y ASISTENCIA EN TERAPIA ALTERNATIVA “OMEOMEDI” EN LA
CIUDAD DE GIRARDOT AÑO 2018.**



DIANA ROCIO VILLACRES CASTILLO
Código: 310213136

UNIVERSIDAD DE CUNDINAMARCA
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS ECONÓMICAS Y CONTABLES
PROGRAMA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
GIRARDOT
2018

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACION DE UN CENTRO DE ESTETICA Y ASISTENCIA EN TERAPIA ALTERNATIVA “OMEOMEDI” EN LA CIUDAD DE GIRARDOT AÑO 2018.



DIANA ROCIO VILLACRES CASTILLO
Código: 310213136

Trabajo Final Para Optar El Titulo De Administrador De Empresa

Director de Trabajo de Grado
JENNY ALEZANDRA PARAMO ARAGON
Administrador de Empresas

UNIVERSIDAD DE CUNDINAMARCA
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS ECONÓMICAS Y CONTABLES
PROGRAMA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
GIRARDOT
2018

DEDICATORIA

A Dios. Por sembrar fuerza y perseverancia día a día en nuestros corazones y brindarnos la oportunidad de culminar esta etapa de nuestra vida, la cual es el inicio de grandes éxitos.

A mi madre, Martha castillo; por su incondicional apoyo; a mi hijo, Santiago Díaz, por darle color a mi vida; y A mi tío, Mauricio, que sin él no habría sido posible lograr tan anhelado sueño.

AGRADECIMIENTO

Buena disposición a todos los docentes que aportaron un granito de arena en la realización y culminación de mi carrera académica, la cual no habría sido la misma sin ellos, no habría gozado de tantos triunfos, alegrías y satisfacciones.

CONTENIDO

	Pág.
INTRODUCCION	12
1. AREA, LÍNEA, PROGRAMA Y TEMA DE INVESTIGACIÓN.....	13
1.1 ÁREA.....	13
1.2 LÍNEA	13
1.3 PROGRAMA.....	13
1.4 TEMA DE INVESTIGACIÓN.....	13
2. PROBLEMA	14
2.1 ANTECEDENTES	14
2.2 DESCRIPCION DEL PROBLEMA:.....	15
2.3 FORMULACION DEL PROBLEMA:	16
3. OBJETO DEL PROYECTO.....	17
3.1 OBJETIVO GENERAL.....	17
3.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS	17
4. JUSTIFICACIÓN	18
5. DESCRIPCION DE LA ACTIVIDAD EMPRESARIAL	20
6. MARCO DE REFERENCIA.....	21
6.1 MARCO REFRERENCIAL.....	21
6.2 MARCO CONCEPTUAL.....	21
6.3 MARCO TEORICO.....	24
6.4 CLASES DE MEDICINA ALTERNATIVA.....	25

7. METODOLOGÍA	27
7.1 MODALIDAD DE LA INVESTIGACIÓN.....	27
7.2 TIPO DE INVESTIGACIÓN	27
7.2.1 Investigación Histórica.	27
7.2.2 Investigación Documental.	27
7.2.3 Investigación Descriptiva.	27
7.3 TÉCNICAS E INSTRUMENTOS UTILIZADOS	27
7.2.4 Modelo de la Encuesta.	28
7.2.5 Análisis E Interpretación De Datos.....	28
7.4 VERIFICACIÓN DEL ESTUDIO	35
8. PLAN ESTRATEGICO GENERAL	36
8.1 ANÁLISIS DEL ENTORNO COMPETITIVO.....	36
8.2 INFLUENCIAS DEL MACRO ENTRONO.....	37
8.3 LAS CINCO FUERZAS QUE MODELAN LA RIVALIDAD COMPETITIVA.....	38
8.4 ENTORNO MUNDIAL	38
8.5 ENTORNO NACIONAL	42
8.6 VISIÓN, MISIÓN Y OBJETIVOS ESTRATÉGICOS	43
8.6.1 Misión.....	43
8.6.2 Visión	44
8.6.3 Objetivos Estratégicos.....	44
9. CAPITULO I: PLAN DE NEGOCIOS	45
9.1 OBJETIVO DEL PLAN DE NEGOCIOS	45
9.2 ESTUDIO DE MERCADEO	45
9.2.1 Mercado Objetivo.	45
9.2.2 Mercado potencial.	45
9.2.3 Mercado potencial en cifras.	45

9.2.4	Marketing Mix.....	48
9.3	DESCRIPCIÓN DE LOS SERVICIOS.....	49
9.4	SEGMENTACION.....	56
9.5	VENTAJAS COMPETITIVAS.....	57
9.6	ESTRATEGIAS DE DISTRIBUCIÓN.....	57
9.7	ESTRATEGIAS DE PRECIOS.....	58
9.8	ESTRATEGIAS DE PROMOCIÓN.....	58
9.9	ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN.....	58
9.10	ESTRATEGIAS DE SERVICIOS.....	59
9.11	PRECIO.....	59
9.12	PROMOCIÓN Y PUBLICIDAD.....	60
10.	CAPITULO II: PLAN DE OPERACIONES.....	62
10.1	LOCALIZACIÓN.....	62
10.2	PROCESOS.....	62
10.3	PRODUCTOS.....	62
10.4	DISTRIBUCIÓN E INFRAESTRUCTURA.....	62
10.5	ÁREA DE RECEPCIÓN.....	63
10.6	ÁREAS DEL SPA.....	63
11.	CAPITULO III: PLAN DE ORGANIZACIÓN Y RECURSOS HUMANOS.....	64
11.1	ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL.....	64
11.2	TALENTO HUMANO.....	65
11.2.1	Perfiles Y Funciones. El perfil de las personas a contratar obedecerá en forma variada a la función del cargo a desempeñar, por lo cual se ha de enumerar los requisitos exigidos para la ocupación del cargo.....	65
11.2.2	Manual De Funciones Y Competencias Laborales.....	65
11.3	HORARIO DE TRABAJO.....	68
11.3.1	Nomina.....	69

12. EVALUACIÓN SOCIAL Y AMBIENTAL	70
12.1 IMPACTO ECONÓMICO.	70
12.1.1 Aspectos a destacar del CENTRO DE ESTETICA Y ASISTENCIA EN TERAPIA ALTERNATIVA “OMEOMEDI”	70
12.2 IMPACTO SOCIAL.....	71
12.2.1 Efectos del CENTRO DE ESTETICA Y ASISTENCIA EN TERAPIA ALTERNATIVA “OMEOMEDI”	72
12.3 IMPACTO AMBIENTAL.....	72
12.3.1 Programa de Gestión Ambiental.	73
12.3.2 Estrategias Proactivas. Prevención de la generación de residuos.....	73
12.3.3 Plan de Mitigación de Impactos.	73
13. CAPITULO IV: ANALISIS FINANCIERO	75
13.1 PRESUPUESTO INICIAL.....	75
14. PROYECCION INVERSION INICIAL	77
14.1 FINANCIACION	77
14.2 COSTOS FIJOS	78
14.3 ESTADO DE RESULTADOS (Estado de pérdida o ganancia)	79
14.4 BALANCE GENERAL INICIAL	81
15. CONCLUSIONES.....	83
BIBLIOGRAFÍA	84
ANEXOS.....	87

LISTA DE TABLAS

	Pág.
Tabla 1. Género	28
Tabla 2. Opciones de Servicio	29
Tabla 3. Asistencia a los Centro de estética y asistencia en terapia alternativa	30
Tabla 4. Motivo Principal.....	31
Tabla 5. Características	32
Tabla 6. Servicios le gustaría que tuviera el centro de estética y asistencia en terapia alternativa	33
Tabla 7. Contacto.....	34
Tabla 8 – Número de Clientes Frecuentes por Geografía	39
Tabla 9. Demanda Potencial Centro de Estética y Asistencia en Terapia Alternativa “OMEOMEDI”	46
Tabla 10. Proyección de Ventas para el CENTRO DE ESTETICA Y ASISTENCIA EN TERAPIA ALTERNATIVA “OMEOMEDI”,.....	47
Tabla 11. Precios de los servicios centro de estética y asistencia en terapia alternativa “OMEOMEDI”	60

LISTA DE GRÁFICAS

	Pág.
Gráfica 1. Género	28
Gráfica 2. Opciones de Servicio.....	29
Gráfica 3. Asistencia a los Centro de estética y asistencia en terapia alternativa .	30
Gráfica 4. Motivo Principal	31
Gráfica 5. Características	32
Gráfica 6. Servicios le gustaría que tuviera el centro de estética y asistencia en terapia alternativa	33
Gráfica 7. Contacto	34
Gráfica 8 – Ingresos por Región	39
Gráfica 9 – Principales Razones para ir a un SPA.....	40
Gráfica 10. Tratamientos más solicitados en un SPA.....	41
Gráfica 11. Tendencias en los servicios de proporcionado en los SPAS.....	42

LISTA DE FIGURAS

	Pag.
Figura 1. El marco PESTEL.....	37
Figura 2. El momento de las cinco Fuerzas.....	38

INTRODUCCION

En las últimas décadas, la creación de empresas se ha posicionado como una de las tendencias más importantes para el desarrollo de las regiones y para contrarrestar la reducción de ofertas laborales del mercado. El presente trabajo busca contribuir al desarrollo económico del Municipio de Girardot y lograr un mayor crecimiento personal, productivo y social, mediante la creación de un Centro de Estética y asistencia en terapia alternativa como empresa prestadora de servicios personales de salud y belleza.

Los servicios específicos de este proyecto empresarial serán los tratamientos de spa, con un valor agregado de técnicas holísticas específicas como elementos innovadores en el mercado del bienestar y la salud. Estos tratamientos holísticos son considerados actualmente como una gran oportunidad de negocio para desarrollarse en el sector salud e innovar el mercado de los centros Estéticos.

Éste proyecto se dirigirá a la población del Alto Magdalena y visitantes, principalmente se enfocará en empleados del sector salud, personas que trabajen en oficinas, educadores y personas que por su trabajo sean muy sedentarias. Con el fin de proyectar la demanda lo más real posible, se escogió solo el porcentaje de clientes que de acuerdo a sus gustos, costumbres y preferencias pueden ser clientes potenciales.

Se localizará el centro estético en un área estratégica, donde no solamente haya un flujo considerable de personas, sino que también sea una zona central de la ciudad y también cerca de varios centros médicos (IPS y EPS). También se tendrá en la cuenta para la distribución de las instalaciones una resolución sacada el 2010 por el ministerio de protección social para el acogimiento y bienestar de nuestros clientes.

La selección de nuestro personal de trabajo será llevada a cabo a través de un proceso continuo de evaluación de competencias previa a la definición de perfiles ocupacionales, estructurados en torno a conocimientos, habilidades y conductas individuales y sociales, utilizando instrumentos de medición que evidencien cada una de las competencias, pero vistas desde una perspectiva balanceada e integral, este proceso de evaluación de competencias de un postulante ayuda a tomar la decisión de si conviene o no contratarlo.

1. AREA, LÍNEA, PROGRAMA Y TEMA DE INVESTIGACIÓN

1.1 ÁREA

El área a la que corresponde el presente estudio es organizacional, la cual está avalada por el concejo de facultad de Universidad de Cundinamarca para anteproyectos y trabajos de grado, (según Acta N.01 de Junio 28 de 2016)

1.2 LÍNEA

La línea a la que corresponde el presente proyecto es Emprendimiento

1.3 PROGRAMA

Administración de Empresas

1.4 TEMA DE INVESTIGACIÓN

El Tema De Investigación Del Presente Proyecto Es El Estudio De Factibilidad Para La Creación De Un Centro Salud Alternativa Y Estética. Ubicado En El Municipio De Girardot.

2. PROBLEMA

2.1 ANTECEDENTES

En los últimos años se viene apreciando un auge creciente de los servicios que ofrece el mercado, relacionados con la apariencia física, la vida sana y el bienestar personal, lo que se traduce en un mayor gasto de los consumidores en las empresas del sector.

En Girardot se ha visto un incremento de gimnasios lo cuales has satisfecho la necesidad de las personas de versen con un mejor cuerpo y más atléticos, pero no siempre satisfacen la necesidad de sentirse verdaderamente saludables y estilizados, ya que las personas tienen a desertar de éste tipo de actividades sea porque les aburren, porque no se sienten completamente saludables o no se sienten satisfechos con los resultados que han obtenido.

De hecho, el concepto de imagen física ha sufrido una evolución, adoptando desde hace unos años una dimensión más amplia que engloba tanto aspectos estéticos como de salud y de bienestar físico y mental. Así, se aprecia actualmente una preocupación constante y creciente por parte de las personas, no solo por aquellas actividades relacionadas con el ámbito de la estética, la peluquería, o el maquillaje sino también por aquellas otras actividades que las complementan y tienden a proporcionarles un bienestar a todos los niveles, físico, mental y estético.

Si a todo lo anterior le añadimos el ritmo de vida tan acelerado que caracteriza a las sociedades de los países desarrollados, y que es la causa de los elevados niveles de estrés y de ansiedad que padece gran parte de la población, no puede extrañar la proliferación de las actividades tendentes a la mejora del bienestar físico y mental.¹

También se deben mencionar dos factores muy ligados entre sí, y que contribuyen en buena medida al desarrollo del sector: el aumento de la esperanza de vida y el interés creciente por retrasar los signos del envejecimiento.

Esto juega un papel muy importante dado a que las mujeres que son el mayor potencial de clientes definidos, quieren mantenerse jóvenes y desarrollar sus

¹ -----Editorial. En: Revista Acción [online], Marzo 2007, no. 82. [citado 7, agosto, 2012]. Disponible en: <http://www.ccc.org.co/archivo/revista-accion/082/r.html>

actividades diarias siendo sin ningún retraso dado por el envejecimiento, pero no solo quieren verse jóvenes por fuera sino también sentirse jóvenes por dentro, que se puedan mover libremente y sentirse llenas de vida.

Así mismo, conviene señalar que aunque la clientela del sector es mayoritariamente femenina, se aprecia cada vez más una tendencia en los varones por dar importancia a su aspecto físico y a su bienestar personal. Por ejemplo, se ha producido un aumento importante en el uso de servicios de regeneración capilar, masajes, asistencias a centros de spa, o en el consumo de productos cosméticos. De igual modo, debido a la evolución demográfica del país, una parte de los servicios del sector irá dirigida a satisfacer una demanda cada vez mayor de la tercera edad.

En consecuencia, no puede extrañar el crecimiento del número de establecimientos de SPA, de centros de masaje, o en general de terapias de relajación, que se ofrecen bien por centros especializados o incluso por algunos hoteles o centros deportivos, como servicio complementario. Además, el auge que viene experimentando el sector debido al incremento del consumo de servicios y productos relacionados con la belleza y la salud, ha impulsado a su vez un crecimiento muy importante de la industria estética.²

Finalmente, conviene tener presente que el consumidor cada vez es más exigente con los servicios que demanda de modo que además del servicio en sí, también busca un ambiente agradable, con una imagen y decoración atractivas, así como con una atención personalizada y profesional. De ahí que el sector tienda cada vez más, tanto hacia una especialización profesional como a una diversificación de sus servicios, por ejemplo, ofreciendo al mismo tiempo servicios de peluquería y de estética.

2.2 DESCRIPCION DEL PROBLEMA:

Hoy en día la realidad que vive la sociedad colombiana, llena de necesidades en donde

² EL ESPECTADOR. Sector de belleza y salud. En: El Espectador. [En línea]. (7, junio, 2012). Disponible en: <http://www.elespectador.com/noticias/salud/articulo-colombia-belleza-y-salud-mueven-1230-millones-de-dolares-al-ano>

Sale a flote situaciones como el empleo informal, las microempresas, empresas familiares tales como la tienda de la esquina, el carrito de comidas rapidas, entre otras, nos muestra como somos una cultura emprendedora, muchas veces sin educación, echada para adelante, pero también con poca planeación y sin una visión, he ahí el problema del por qué el emprendimiento en nuestro no pase de ser un pequeño negocio a una gran empresa. Otro gran problema al que se enfrentan los emprendedores de nuestro país es que quieren ver grandes resultados en muy poco tiempo, sin dejar madurar la idea de negocio y al final termina renunciando y por ende jamás recogerá los frutos.

Por lo anterior, vemos en la empresa OMEOMEDI, una gran oportunidad de emprendimiento con potencial para dar trabajo, estabilidad y rendimiento a sus socios, empleados y proveedores como también una gran satisfacción a sus clientes y así lograr convertirse en una gran empresa regional, con buenos ideales y excelentes resultados.

2.3 FORMULACION DEL PROBLEMA:

¿Llegara a ser viable la implementación de un centro de estética y asistencia en terapia alternativa “OMEOMEDI” en la ciudad de Girardot

3. OBJETO DEL PROYECTO

Contribuir de forma positiva a los cambios y estilos de vida, generando un ambiente dinámico e innovador, brindando a la comunidad Girardoteña y sus alrededores un lugar en el cual puedan satisfacer sus necesidades de cuidado personal, estético y bienestar en general, y a la vez disfrutar de un entorno natural.

Por eso nace la idea de la creación de OMEOMEDI, y de este modo lograremos un bienestar social y desarrollo económico. El proyecto se encarga de ofrecer un amplio portafolio de servicios en salud alternativa y estética, que les permitan a nuestros clientes, altas expectativas en la prestación de servicio.

3.1 OBJETIVO GENERAL

Realizar un estudio de factibilidad para la creación de un centro de estética que preste y promueve servicios de asistencia en terapias alternativas de manera integral, para cubrir las necesidades de Girardot y la región.

3.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- ✓ Analizar y determinar el tamaño y poder adquisitivo del mercado., identificando los competidores directos, los nichos de mercado y demás variables como: oferta, demanda, precios, canales de distribución, entre otras.
- ✓ Identificar los elementos técnicos como: maquinaria, equipos de cómputo insumos, instalaciones, materia prima y recurso humano, requeridos para la correcta prestación del servicio.
- ✓ Diseñar la estructura organizacional de la empresa de acuerdo a las necesidades de recurso humano requeridas correcta operación y para el logro de los objetivos establecidos.
- ✓ Realizar un estudio financiero, teniendo los respectivos indicadores, con el propósito de determinar la viabilidad del proyecto.

4. JUSTIFICACIÓN

Diversos estudios han confirmado la factibilidad de la creación de un centro de estética en salud alternativa que ofrezca los servicios de terapias, tratamientos de belleza y sistemas de relajación, que permita atender la demanda relacionada con el cuidado de la salud y belleza de los habitantes del municipio de Girardot, con el fin de contribuir al mejoramiento de la calidad de vida de la población, un ejemplo muy claro es el estudio realizado por la administradora de empresas JULIE PAULINE ANGARITA OSUNA, Universidad Pedagógica y Tecnológica de Colombia³.

Este proyecto presenta un alto atractivo para su implementación y puesta en marcha debido a que no existe actualmente una empresa que nos ofrezca un servicio completo y versátil.

Así mismo al ser Girardot una ciudad ubicada en una zona de alta afluencia turística requiere empresas que presten servicios integrales en salud y belleza, por consiguiente, este proyecto cuenta con una demanda potencial suficiente para satisfacer las necesidades financieras del proyecto.

Además, el presente trabajo permitirá que la Universidad de Cundinamarca haga presencia en la presentación de alternativas que contribuyan a la solución de problemas económicos y sociales de la ciudad y la región.

También mediante el desarrollo de este estudio los estudiantes ponen en práctica el conocimiento teórico adquirido en el trascurso de su carrera, que a su vez permite fortalecer habilidades y competencias argumentativas, propositiva y crítico-analítica.

El centro salud alternativa y estética OMEOMEDI, decide brindar a la comunidad una solución de tratamiento estético en condiciones naturales en la ciudad de Girardot y sus alrededores, atendido por especialistas y con procedimientos de alta calidad, en una lugar fresco y natural que opere como empresa orientado con herramientas administrativas, de mercado, financiero y legal.

La administración enmarca un proceso ideal para el diseño y mantenimiento ya que se está proponiendo una solución a las necesidades de las personas que necesiten

³ ANGARITA OSUNA, JULIE. estudio de factibilidad para la creacion de un centro de estetica y belleza en la ciudad Duitama, 2014. <http://repositorio.uptc.edu.co/bitstream/001/1570/1/TGT-306.pdf>

tratamientos en otro ambiente fuera de la cotidianidad, combinándola, frente a una demanda creciente de usuarios que requieren mayor atención en sus padecimientos. Ésta iniciativa innovadora pretende dar empleo a la comunidad girardoteña y así incentivar el crecimiento económico de dicha ciudad, un bienestar para la población y también atraer más turistas a la ciudad.

5. DESCRIPCION DE LA ACTIVIDAD EMPRESARIAL

La salud alternativa es un conjunto de sistemas prácticos donde se ofrece diferentes tipos de terapias para la recuperación y prevención de enfermedades en el ser humano, se contará con especialistas en salud alternativa y estética, con una mentalidad abierta y un buen conocimiento de los mecanismos de curación innatos del cuerpo, de la influencia de los hábitos de vida sobre la salud y de los usos apropiados de los complementos dietéticos, estilo de vida y otras formas de tratamiento. Todo Con el fin de ofrecer a la comunidad servicios útiles como factores de crecimiento, factores de dolor, tratamiento metabólico, laserpuntura, sueroterapia, medicina biológica, ozono terapia y oxigenación, terapia neural, entre otros.

Por otra parte, se dará manejo a otro tipo de terapias para el embellecimiento y cuidado integral como vacunoterapia, limpieza facial, electrolipolisis, corrientes rusas, microdermoabrasión y cavitación.

En Colombia, se ha incrementado la demanda de servicios personales, gracias a tres factores determinantes: mayor conciencia frente a las tendencias naturales y estéticas, mayores niveles de ingreso de algunas franjas de la población y nuevos nichos de mercado. “Debido a esta combinación se puede pronosticar que el crecimiento de este sector será mayor que el de la industria en general en los próximos años⁴

⁴ EL ESPECTADOR. Sector de belleza y salud. En: El Espectador. [En línea]. (7, junio, 2012). Disponible en: <http://www.elespectador.com/noticias/salud/articulo-colombia-belleza-y-saludmueven-1230-millones-de-dolares-al-ano>

6. MARCO DE REFERENCIA

6.1 MARCO REFRERENCIAL

La evolución del mundo de los negocios, la globalización de la economía, la mayor incidencia de la tecnología en procesos y procedimientos en todos los campos, tanto en los aspectos de gestión y control, hacen que cada vez sea más necesaria la constante actualización de los conceptos que marcan la dirección empresarial.

En el entorno de la organización debe desarrollarse importantes estrategias y políticas en áreas tales como crecimiento, finanzas, organización, personal, relaciones públicas, productos y servicios, dentro de la administración la planeación se encuentra dentro de las condiciones que se prevén en el futuro, las evaluaciones de los procedimientos realizados demuestran la eficacia midiendo el desempeño realizado con las metas delineadas con anticipación. En el campo de la investigación científica, para la realización de un proyecto se basa en hechos o historias donde siempre habrá un inicio y se encontrarán faltantes o mejoras del mismo para que se desarrollen por medio de otras. Por consiguiente, la importancia del reconocimiento de los hechos que anteponen a la realización del proyecto y mejorará la comprensión del mismo.

6.2 MARCO CONCEPTUAL

ARTETERAPIA: Es un tipo de terapia artística (o terapia creativa) y consiste en el uso del proceso creativo con fines terapéuticos. Se basa en la idea de que los conflictos e inquietudes psicológicas pueden ser trabajados por el paciente mediante la producción artística. Se instrumenta con cuatro distintos tipos de disciplinas artísticas (música, plástica, teatro, danza), según la situación terapéutica que se esté atravesando. La terapia artística tiene un rango amplio de aplicación, en áreas como la rehabilitación o terapia ocupacional, la educación y la salud mental.⁵

⁵ WIKIPEDIA. Arteterapia. En: Wikipedia. [En línea]. [Consultado en 7, junio, 2012]. Disponible en: <http://es.wikipedia.org/wiki/Arteterapia>

CHOCOLATERAPIA: Son masajes relajantes, tanto corporales como faciales fabricados con manteca de cacao, excelentes para reducir la tensión, el cansancio y el estrés.⁶

DRENAJE LINFÁTICO: Técnica de masaje que consiste en llevar la grasa removida hacia los ganglios linfáticos del cuerpo, para que pueda ser eliminada a través del sudor y la orina.⁷

ESTÉTICA HOLÍSTICA: Abarca el concepto de terapias holísticas con técnicas especiales y tratamientos naturales con (medicina natural): Chocolaterapia, vino terapia, fango terapia, crioterapia, la combinación de cada uno de ellos y los principios activos naturales (aceites).⁸

HOLÍSTICA: es una disciplina que parte de la creencia de que el todo es mayor que la suma de las partes, es decir, que se debe contemplar el todo y no cada una de las partes por separado. La holística considera al cuerpo como un sistema, como una entidad completa, en la que también se contempla cuerpo, mente y espíritu.⁹

NATUROPATIA HOLÍSTICA: o medicina natural integral del ser, es el arte y la ciencia de sanar a las personas, utilizando los agentes vitales de la naturaleza: alimentación natural, plantas medicinales, agua, sol, aire, tierra, ejercicios físicos, actividad mental y espiritual¹⁰.

REIKI: Práctica considerada como medicina complementaria y alternativa (CAM), que trata de lograr la sanación o equilibrio de una enfermedad a través de la imposición de las manos del practicante, canalizando una supuesta "energía vital universal".¹¹

⁶ MISTICA LUZ. Chocolaterapia. En: Mística Luz. [En línea]. [7, agosto, 2012]. Disponible en: <http://misticaluz.blogspot.com/2008/09/chocolaterapia.html>

⁷ WIKIPEDIA. Drenaje linfático. En: Wikipedia. [En línea]. [7, junio, 2012]. Disponible en: http://es.wikipedia.org/wiki/Drenaje_linf%C3%A1tico_manua

⁸ ESCUELA HOLÍSTICA. Holística. En Escuela Holística. [En línea]. [7, agosto, 2012]. Disponible en: <http://www.escuelaholistica.com/>

⁹ WIKIPEDIA. Holística. En: Wikipedia. [En línea]. [7, junio, 2012]. Disponible en: <http://es.wikipedia.org/wiki/Holística>.

¹⁰ NATURISMO. Naturopatía holística. En: Naturismo. [En línea]. [7, agosto, 2012]. Disponible en: http://www.naturisimo-pr.com/naturopatia_holistica

¹¹ -----Reiki. En: Wikipedia. [En línea]. [7, junio, 2012]. Disponible en: <http://es.wikipedia.org/wiki/Reiki>.

SPA HOLÍSTICO: Escenario que busca ofrecer a las personas un bienestar no sólo físico sino también espiritual. Para ello utiliza todo tipo de técnicas, además de las actividades típicas de cualquier spa, como los masajes; suele incluir actividades como el yoga, el Reiki, terapias de relajación, el uso de aceites y esencias florales, baños con sales frutales, clases de meditación, etc. También incluye planes o programas específicos para personas con obesidad, acompañados por una orientación en nutrición.¹²

TIPOS DE SPA:

SPA URBANO: Está situado en centros urbanos y sus clientes pasan en ellos pocas horas del día y no se alojan en sus instalaciones. Brindan tratamientos rápidos de relajación y anti estrés.

SPA HOTEL: Situado en un hotel donde el spa es su principal servicio. Es ideal para estancias y tratamientos más largos (semanales o mensuales) que incluyan tratamientos de salud, de relajación o de belleza.

SPA DE DESTINACIÓN: Ofrece una experiencia global, combinando el tratamiento de un spa hotel tradicional con una alimentación controlada por nutricionistas y los consejos de un asesor de salud. En algunos lugares se conocen también como Hotel Spa Vacacional.

SPA DE BIENESTAR: Más conocido por el nombre de Wellness Center. Está orientado exclusivamente a mejorar la salud de los clientes, a través del cuidado de los hábitos alimenticios y de rutinas saludables.

SPA DE CUIDADOS: Están dedicados a ofrecer tratamientos antiestrés.

SPA TERAPÉUTICO: Este tipo de spa ofrece servicios terapéuticos para cuerpo y mente

SPA HOLÍSTICO: El spa holístico es el más espiritual de los diferentes tipos de spas, ya que pretende encontrar un balance en la vida, ofreciendo tratamientos para el cuerpo, pero también para la mente y para encontrar la paz interior

¹² SPA SALUD. Spa Holístico. En: Spa Salud. [En línea]. [18, marzo, 2012]. Disponible en: <http://www.spasalud.es/spa-holistico/>

SPA MÉDICO: Son spas especializados en el tratamiento médico de sus pacientes, en su recuperación de enfermedades óseas, lesiones deportivas o simplemente en su bienestar físico.

SPA DE CRUCERO: Es un spa situado en un crucero y permite que los pasajeros pueden disfrutar de todos los servicios del spa en un ambiente relajado en alta mar.

TERMOTERAPIA: Terapia que se genera mediante un aumento de la temperatura corporal, estimulando la pérdida de grasa a través del sudor y la orina.¹³

TERAPIAS HOLÍSTICAS: las terapias holísticas y de sanación, llamadas terapias complementarias, son opciones diferentes a la medicina tradicional que procuran desbloquear y movilizar la energía estancada. En este tipo de terapias se atiende al paciente en forma integral, estudiando si el problema tiene origen emocional, mental o físico.¹⁴

6.3 MARCO TEORICO

En los últimos años, las tendencias del consumo han promovido todos los negocios que contribuyen a mejorar la apariencia física e ilustrar la actividad espiritual. Numerosos estudios y analistas internacionales señalan que la industria del bienestar, es uno de los negocios con mejor presente y mayor futuro en el planeta¹⁵ En este sentido, la demanda de servicios personales y productos de bienestar, salud y belleza, experimenta en Colombia un gran crecimiento.

El cuerpo humano es el templo del espíritu, y hay que analizarlo con el máximo respeto porque hay algo más que da vida a lo puramente físico, existe una dualidad. Pero la medicina se ha vuelto más racionalista y con ello se pierde la visión global del hombre, que se convierte en un amasijo de tejidos y órganos separados entre sí. Es por eso que se ha acrecentado el uso de la medicina alternativa.

¹³ -----Termoterapia. En: Wikipedia. [En línea]. [7, junio, 2012]. Disponible en: <http://es.wikipedia.org/wiki/Termoterapia>

¹⁴ OTRA MEDICINA. Terapias holísticas. En: Otra Medicina. [En línea]. [29, septiembre, 2012]. Disponible en: <http://www.otramedicina.com/2010/09/29/que-son-las-terapias-holisticas>

¹⁵ ZANE PILSER, Paul. Una historia de dos industrias. En: LOGRE EL ÉXITO DESDE SU HOGAR [online], Otoño 2005. [citado 14, agosto, 2012]. Disponible en:

6.4 CLASES DE MEDICINA ALTERNATIVA

La medicina alternativa o medicina no convencional engloba todos los tratamientos y terapias que podrían tener los mismos efectos terapéuticos de la medicina convencional pero que en su mayoría no se basan en evidencias obtenidas utilizando el método científico.

Varias de esas terapias son muy reconocidas en todo el mundo y algunas llevan hasta 5.000 años, como la medicina tradicional China; que incluye la acupuntura, la homeopatía, el yoga, la meditación, el reiki, entre otras. Por lo cual, generalmente esta forma de curar busca alejarse de la conocida medicina alopática es decir, utilizando tratamientos no invasivos y sin medicamentos con productos químicos.¹⁶

Medicina Tradicional China

Tiene su origen en China e incluye muchos tratamientos como la acupuntura, la fitoterapia y la dietoterapia. Todo el sistema se basa en la filosofía de que una buena salud requiere un flujo equilibrado de ji o la energía de la vida. También es necesaria la balanza de yin y yang o (las fuerzas de oposición en el cuerpo). Según este sistema, una enfermedad es causada por el desequilibrio de yin y yang, lo que a su vez impide el flujo correcto del chi a través de los canales llamados meridianos, que conectan los distintos órganos del cuerpo.

Acupuntura

Es la más popular entre las diversas terapias bajo el paraguas de la medicina tradicional china. Se trata básicamente de la estimulación de puntos específicos del cuerpo con diferentes técnicas. La técnica más ampliamente aceptada es la inserción de finas agujas metálicas en los puntos estratégicos del cuerpo, ya sea manualmente o con máquinas. La acupuntura ayuda a liberar el chi, (también se escribe qi o ki), que está bloqueado en los meridianos. Esto se hace mediante la estimulación de los puntos de acupuntura en el cuerpo por las agujas, que están conectados a los meridianos. Se dice que hay alrededor de 2.000 puntos de acupuntura y 14 meridianos en el cuerpo humano. La acupuntura se usa para tratar una variedad de enfermedades. Se dice que este tipo de tratamiento ofrece alivio a las personas que sufren de dolores de cabeza, calambres menstruales, presión arterial alta y dolor de espalda baja.

¹⁶ En línea: <https://lasaludi.info/tipos-de-medicina-alternativa.html>

Ayurveda

El Ayurveda es más un estilo de vida que un tratamiento. Este sistema hace hincapié en la prevención de enfermedades. El Ayurveda, con sus raíces en la India, se compone de varios modos de tratamiento, como el yoga, dieta, masaje, fitoterapia y la limpieza interna. Se basa en la teoría de que el cuerpo humano está compuesto de tres elementos o doshas llamados vata, pita y kapha. Según el Ayurveda, estos doshas son responsables de las características básicas de una persona. La proporción de estos elementos varía en diferentes individuos. Cualquier desequilibrio en ellos resulta en la enfermedad. El Ayurveda trata de alcanzar el estado ideal de equilibrio de un individuo en particular a través de dieta, masajes, hierbas medicinales y otras técnicas. Se cree que el Ayurveda puede tratar de manera eficiente a las personas con problemas de digestión, estrés, trastornos de la fatiga y articulaciones.

Naturopatía

Como su nombre indica, la naturopatía tiene un acercamiento natural a la curación. Aunque este sistema tiene siglos de antigüedad, la naturopatía moderna fue fundada y nombrada por el médico alemán Benedict Lust en el siglo 20. La naturopatía se centra en dos ámbitos – el poder de curación del cuerpo y los cambios en el estilo de vida para una mejor salud. Incluye hidroterapia (tratamiento con agua) y esto es la cura natural con tales elementos naturales como el aire, agua, luz, alimentos y hierbas para tratar enfermedades. A veces, se puede combinar el tratamiento con la homeopatía, la acupuntura o los ejercicios.

Homeopatía

La homeopatía se basa en el poder de curación del cuerpo. Se basa en el principio de “semejante cura lo semejante”. Como tratamiento, se utilizan dosis mínimas de una sustancia para producir los síntomas de una enfermedad similar a la experimentada por el paciente y, por lo tanto, acudir al poder de auto-curación del cuerpo. Además, la administración del tratamiento, las condiciones físicas y mentales del paciente también se tienen en consideración. La homeopatía tiene su origen en Alemania y Samuel Hahnemann, un médico alemán, es considerado como el fundador de este sistema.

7. METODOLOGÍA

7.1 MODALIDAD DE LA INVESTIGACIÓN.

Dentro del estudio que se realizó utilizamos el método de investigación no experimental, porque no afectó ninguna variable planteada en la hipótesis, y para la recolección de datos se utilizó el diseño transversal, ya que se realizó una sola vez, mediante una Encuesta.

7.2 TIPO DE INVESTIGACIÓN

Para llevar a cabo la realización de este proyecto de manera eficiente, se ha considerado tres puntos clave a desarrollar, los cuales, a partir de éstos, se podrá tener todo lo necesario para su ejecución, conservando los aspectos que permitan su operatividad y su viabilidad, a corto, mediano y largo plazo; a saber

7.2.1 Investigación Histórica. Mediante este método definiremos con precisión la situación actual, determinando los factores micro y macro del sector que influyen en el planteamiento del problema.

7.2.2 Investigación Documental. Porque mediante la información obtenida de fuentes primarias, secundarias y sintetizadas en el marco teórico, determinaremos el fundamento de dicha investigación.

7.2.3 Investigación Descriptiva. Nos permite conocer y analizar la investigación obtenida.

7.3 TÉCNICAS E INSTRUMENTOS UTILIZADOS

En la elaboración de nuestro análisis, se realizó un estudio por medio de encuestas dirigida a clientes potenciales, para obtener información oportuna, a fin de lograr el objetivo propuesto. Dicha encuesta se formuló por medio de un cuestionario de 7 preguntas cerradas.

Las encuestas fueron aplicadas a 100 empleados de la Clínica Dumian San Rafael de la ciudad de Girardot, se eligió esa población ya que es una de las empresas con más empleados en la ciudad, además que los rangos salariales les permiten costear estos tratamientos, también se tuvo en cuenta el tipo de trabajo que realizan ya que demanda gran cantidad de esfuerzo físico y psicológico requieren un adecuado manejo del estrés.

7.2.4 Modelo de la Encuesta. El presente cuestionario es parte de la investigación realizada por un grupo de dos estudiantes de Administración de Empresas de la UDEC, y tiene como objetivo determinar si es viable la creación de centro de estética y asistencia en terapia alternativa en el municipio de Girardot. Por lo tanto, solicitamos su valiosa colaboración, en el sentido de seriedad y objetividad, dadas a la presente encuesta.

7.2.5 Análisis E Interpretación De Datos.

Tabla 1. Género

	FRECUENCIA RELATIVA	% RELATIVO
MASCULINO	32	32%
FEMENINO	68	68%
TOTAL	100	100%

Gráfica 1. Género



Genero: La muestra considerada para la realización del estudio de mercado fue de 100 personas pertenecientes a un segmento de los empleados de la Clínica Dumian san Rafael ya que es una población económicamente activa del municipio de Girardot. Los resultados especifican que el mayor número de personas encuestadas fueron de género femenino, representadas en un 68%, ya que la mayoría de clientes de un centro estético está representado por este género.

¿Sabe si Existe en Girardot un centro de estética y asistencia en terapia alternativa que le ofrezca todos los servicios de un Centro de Relajamiento Anti estrés como en las grandes ciudades?

Tabla 2. Opciones de Servicio

	FRECUENCIA RELATIVA	% RELATIVO
SI	28	28%
NO	72	72%
TOTAL	100	100%

Según los datos obtenidos se confirma la carencia de un verdadero Centro de estética y asistencia en terapia alternativa que proporcione estos servicios en el municipio, ya que no se cumple con las expectativas de un mercado que requiere reducir tensiones y mejorar la apariencia física. Es importante crear servicios integrales adaptados a cada tipo de necesidad como valor agregado.

Gráfica 2. Opciones de Servicio



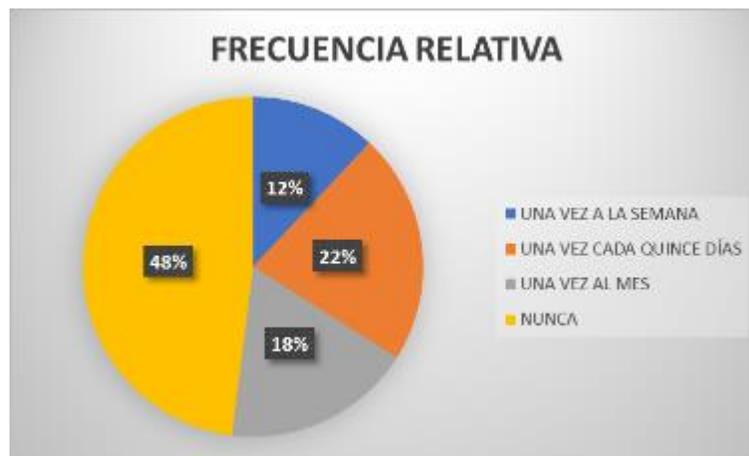
¿Con que frecuencia asiste a un Centro de estética y asistencia en terapia alternativa?

Cuadro 3. Asistencia a los Centro de estética y asistencia en terapia alternativa

ASISTENCIA A LOS CENTROS ESTETICOS	FRECUENCIA RELATIVA	% RELATIVO
UNA VEZ A LA SEMANA	12	12%
UNA VEZ CADA QUINCE DÍAS	22	22%
UNA VEZ AL MES	18	18%
NUNCA	48	48%
TOTAL	100	100%

La asistencia a Centros estéticos es relativa, de acuerdo a diversos factores que inciden en la toma de decisiones, relacionadas a tomar el servicio de una forma frecuente, lo que hace suponer la poca cultura de cuidado personal y salud integral por parte de los empleados de esta empresa. Es indicador que, por sí solo, es preocupante y representa un 48% del total de encuestados. Sería bueno construir estrategias encaminadas a mejorar los niveles de visita, haciendo énfasis en la promoción dirigida al público que nunca o pocas veces frecuenta dichos establecimientos.

Gráfica 3. Asistencia a los Centro de estética y asistencia en terapia alternativa



¿Cuál es el motivo principal por el cual usted asiste o asistiría a un centro de estética y asistencia en terapia alternativa?

Tabla 4. Motivo Principal

MOTIVO PRINCIPAL	FRECUENCIA RELATIVA	% RELATIVO
TRATAMIENTOS FACIALES	12	12%
TRATAMIENTOS CORPORALES	22	22%
MASAJES RELAJANTES	34	34%
REDUCCIÓN DE PESO	20	20%
PATOLOGÍAS NO MANEJADAS POR MEDICINA TRADICIONAL	12	12%
TOTAL	100	100%

El motivo principal por el cual los encuestados, visitarían un centro de estética y asistencia en terapia alternativa es el masaje relajante, representado en un 34% del total de la muestra. El análisis más cercano determina las consecuencias de los altos niveles de estrés en la rutina diaria, de modo que dicho segmento intenta combatirlo de la forma más conveniente.

Gráfica 4. Motivo Principal



¿Qué características quisiera que tuviera el centro de estética y asistencia en terapia alternativa?

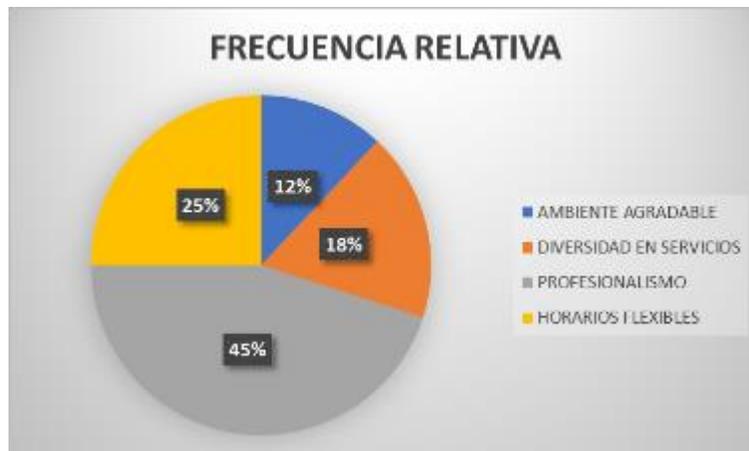
Tabla 5. Características

CARACTERISTICAS	FRECUENCIA RELATIVA	% RELATIVO
AMBIENTE AGRADABLE	12	12%
DIVERSIDAD EN SERVICIOS	18	18%
PROFESIONALISMO	45	45%
HORARIOS FLEXIBLES	25	25%
TOTAL	100	100%

La característica principal elegida por los encuestados fue profesionalismo con un 45% del total de la muestra. La preferencia por la opción mencionada comprueba el nivel de decisión por parte de los clientes antes de tomar el servicio, al analizar previamente la solidez profesional del equipo de trabajo que labora en el establecimiento.

Es indispensable seleccionar y calificar al personal idóneo proporcionándole las respectivas capacitaciones con el propósito de renovar y ampliar constantemente los servicios de acuerdo a la evolución del mercado.

Gráfica 5. Características



¿Qué tipo de servicios le gustaría que tuviera el centro de estética y asistencia en terapia alternativa?

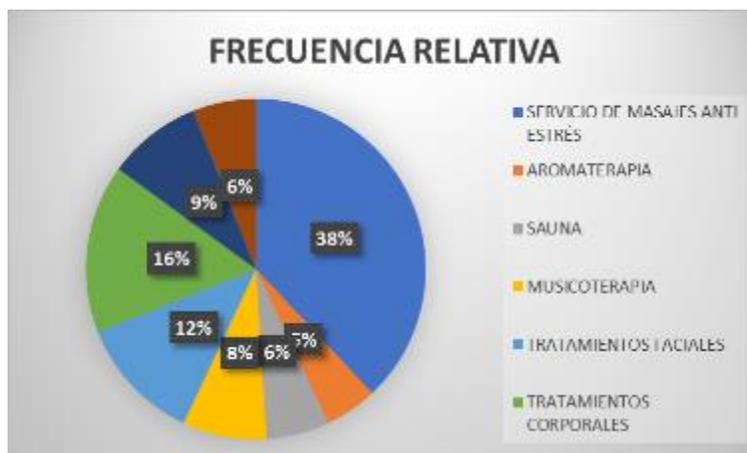
Tabla 6. Servicios le gustaría que tuviera el centro de estética y asistencia en terapia alternativa

SERVICIOS DEL CENTRO ESTETICO	FRECUENCIA RELATIVA	% RELATIVO
SERVICIO DE MASAJES ANTI ESTRÉS	38	38%
AROMATERAPIA	5	5%
SAUNA	6	6%
MUSICOTERAPIA	8	8%
TRATAMIENTOS FACIALES	12	12%
TRATAMIENTOS CORPORALES	16	16%
ACUPUNTURA	9	9%
REIKEN	6	6%
TOTAL	100	100%

La mayor aceptación por parte de los encuestados con relación a la preferencia de servicios, fueron los masajes Anti estrés, por su característica de relajación diseñada para atender a personas productivas, que toman decisiones y, de acuerdo a su estilo de vida, sufre las enfermedades de la civilización moderna.

Sería conveniente incentivar la cultura Spa, adhiriendo servicios a su Menú para retener a los clientes y captar aquellos que están buscando un espacio acogedor para el fortalecimiento de hábitos saludables.

Gráfica 6. Servicios le gustaría que tuviera el centro de estética y asistencia en terapia alternativa



¿De qué manera le gustaría poder contratar el servicio de centro de estética y asistencia en terapia alternativa?

Tabla 7. Contacto

CONTACTO	FRECUENCIA RELATIVA	% RELATIVO
PERSONAL	25	25%
TELEFONO	40	40%
INTERNET	35	35%
TOTAL	100	100%

La alternativa de contratación preferida del servicio fue por teléfono y tuvo una aceptación del 40%.

La empresa deberá considerar la contratación de una recepcionista encargada de programar la agenda para que el cliente se sienta motivado y de esta forma cumplir con sus expectativas en cuanto al mejoramiento de la administración del tiempo.

Gráfica 7. Contacto



7.4 VERIFICACIÓN DEL ESTUDIO

Debido a los resultados obtenidos, concluimos que las hipótesis planteadas son verdaderas, porque un centro de estética y asistencia en terapia alternativa no solo es un espacio en donde se aplican tratamientos para belleza y obesidad, sino que también puede disponer de un gabinete de, salud y relajación haciendo una conjunción perfecta entre la mente y el cuerpo.

Las características mencionadas confirman los niveles de efectividad que tienen los servicios de Spa alrededor del mundo, por influir directamente en el mejoramiento de la productividad laboral de hombres y mujeres en general.

Según especialistas en Recursos Humanos y organizaciones dedicadas a la investigación del estrés, muestran que los empleados y directivos sufren de efectos derivados de este mal, por ello tomaron la decisión de asistir para experimentar un cambio radical en su vida cotidiana.

Ciertos aspectos como el precio no son tan determinantes en el nivel de aceptación del servicio, por cuanto el valor agregado hace la diferencia frente al posible mercado competidor.

Algunos de los motivos principales, tanto para el éxito como para el crecimiento acelerado de este sector, es la aparición de problemas como el exceso de estrés, la obesidad y la gran preocupación por reducir los efectos de éstos.

8. PLAN ESTRATEGICO GENERAL

8.1 ANÁLISIS DEL ENTORNO COMPETITIVO

El análisis del entorno competitivo ayudará a comprender el grado de complejidad de los factores que influyen en la industria de los SPAS con el fin de identificar las cuestiones clave y formas de abordar los cambios. Entonces las implicaciones que se derivan de esta comprensión servirán de marco de referencia para identificar las oportunidades y amenazas, las cuales servirán de guía para la toma de decisiones estratégicas en el plan de negocios¹⁷.

Se usará como referencia los puntos propuestos por el marco PESTEL¹⁸ y el modelo de las cinco fuerzas de Porter para guiar el análisis del entorno de la industria de los SPAS.

Primeramente, los factores del marco PESTEL permitirá identificar como pueden afectar a la industria de los SPAS las tendencias políticas, económicas, sociales, tecnológicas, ecológicas y legales. De aquí se obtienen los datos generales para identificar los principales motores de cambio que influenciarán la estructura del plan de negocio.

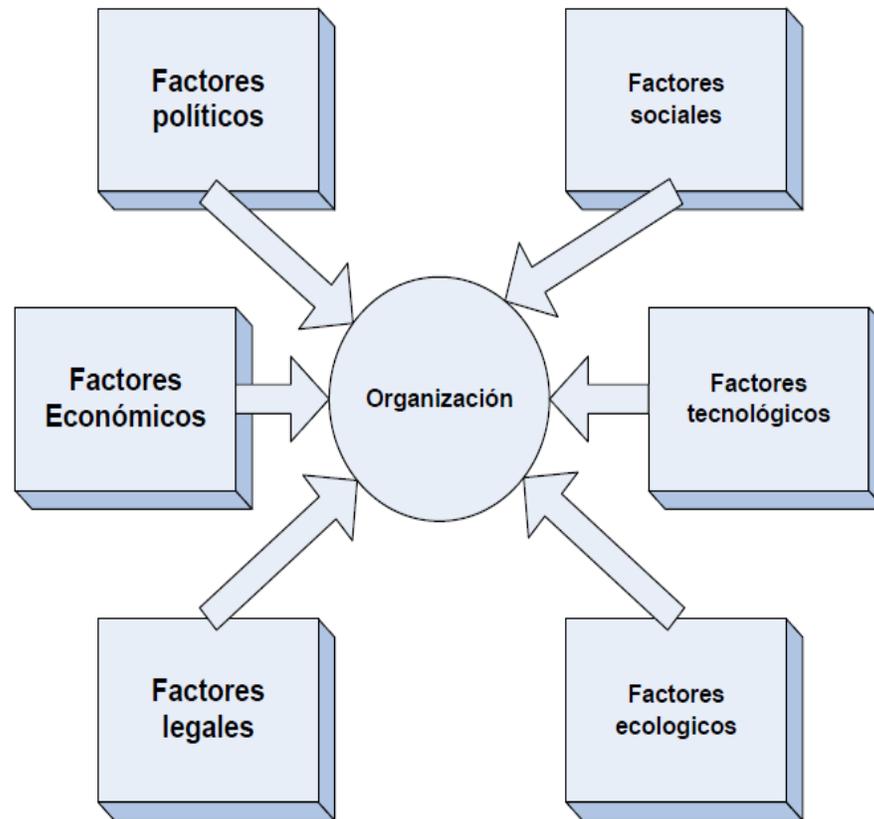
La Figura 1 muestra el marco PESTEL con sus seis grandes categorías antes mencionadas.

¹⁷ JOHNSON, Gerry, et al., Dirección estratégica, Pearson education, Madrid, 2006, Séptima edición, pp.64-112.

¹⁸ Oxford university, "PESTEL análisis of the macro-environmet", obtenido el 5 de marzo del 2011 desde www.oup.com/uk/orc/bin/9780199296378/01student/additional/page_12.htm

8.2 INFLUENCIAS DEL MACRO ENTORNO

Figura 1. El marco PESTEL

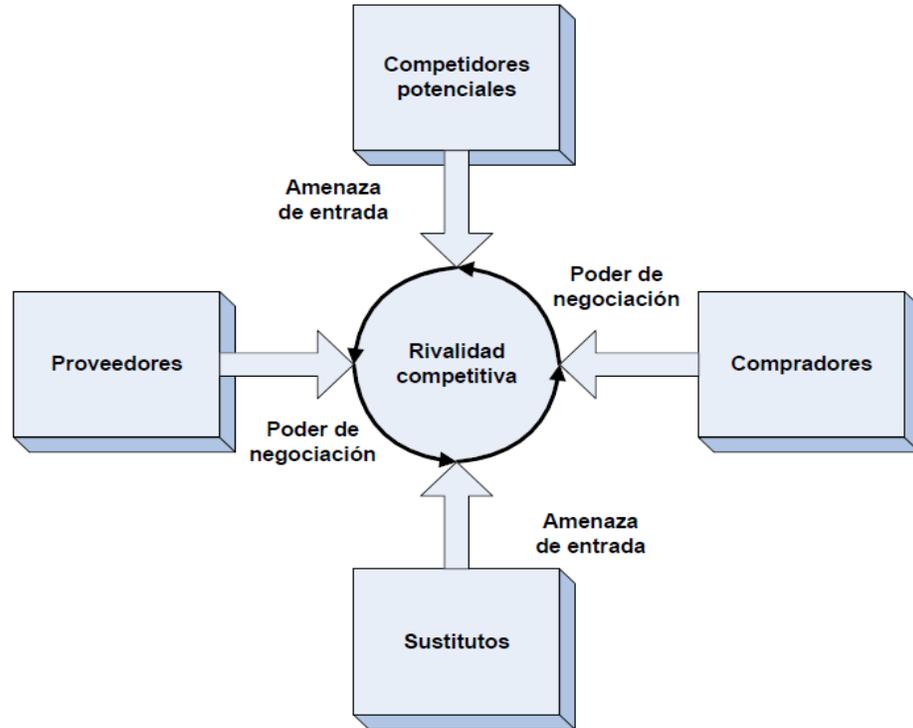


Una vez evaluado el macro entorno se hará un análisis de la competencia tomando como marco de referencia el modelo de las cinco fuerzas de Porter¹⁹, ver Figura 2, para evaluar el micro entorno y entonces identificar las fuentes de la competencia en la industria de los SPAS.

¹⁹ Porter, Michael E, "The Five Competitive Forces That Shape Strategy", reimpresión de Harvard business review, documento número R0801E, enero 2008, pp. 1-19

8.3 LAS CINCO FUERZAS QUE MODELAN LA RIVALIDAD COMPETITIVA

Figura 2. El momento de las cinco Fuerzas



8.4 ENTORNO MUNDIAL

El aumento de la esperanza de vida ha ocasionado que gran parte de la población comience a preocuparse por las enfermedades que se desarrollan preferentemente en la edad adulta. Éstas son fundamentalmente las enfermedades metabólicas, como la obesidad y la diabetes, y sobre todo las enfermedades cardiovasculares, que afectan al corazón, a las venas y a las arterias y que desencadenan el infarto al miocardio. Es difícil de asimilar que las enfermedades que más nos preocupan por encima de los 40 años de edad se puedan desencadenar a causa del estilo de vida moderno como es el incremento de la vida con tensión, contaminación, problemas viales, inseguridad y falta de tiempo personal.

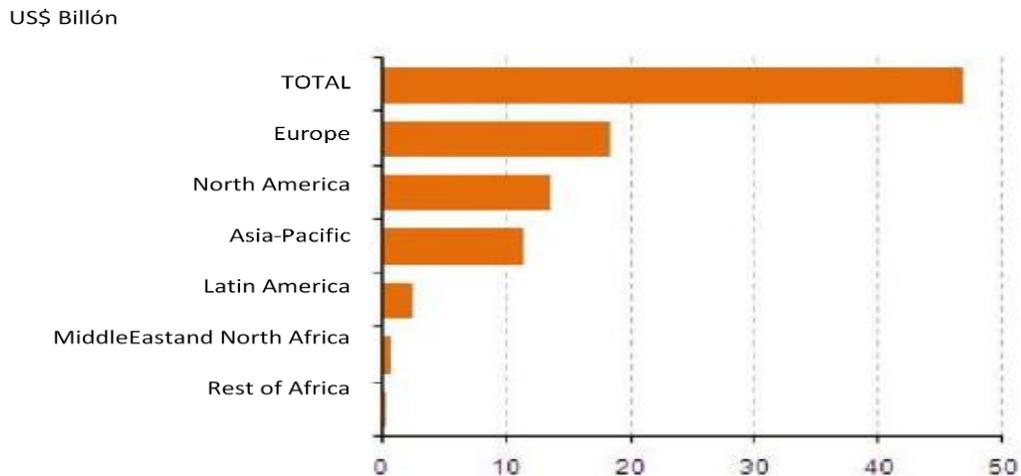
Esto ha desarrollado el interés por los SPAS como una alternativa para aliviar el estrés, mejorar la imagen personal para que luzca saludable, juvenil, gozar de una buena capacidad física y de suficiente bienestar.

De acuerdo con la asociación internacional de SPAS (ISPA) en dos mil quince se registraron a nivel mundial 150 millones de clientes frecuentes, donde Estados Unidos encabeza la lista con 32.2 millones, lo que corresponde el diez por ciento de la población, seguido por Tailandia con 27.1 millones y Japón con 19.1 millones, en la Tabla 1 se puede observar el número de clientes frecuentes de los diez países líderes en el mercado de SPAS²⁰.

Tabla 8 – Número de Clientes Frecuentes por Geografía

	Number of spa-goers(million)	% Total Population
US	32.2	10.7
Thailand	27.1	42.4
Japan	19.1	14.9
Italy	17.8	30.2
Gemany	11.5	14.0
UK	6.7	11.0
France	6.3	10.2
Spain	6.1	13.7
Canada	3.7	11.2
Australia	3.2	15.2
Autria	2.9	34.9
Singapore	2.1	46.7

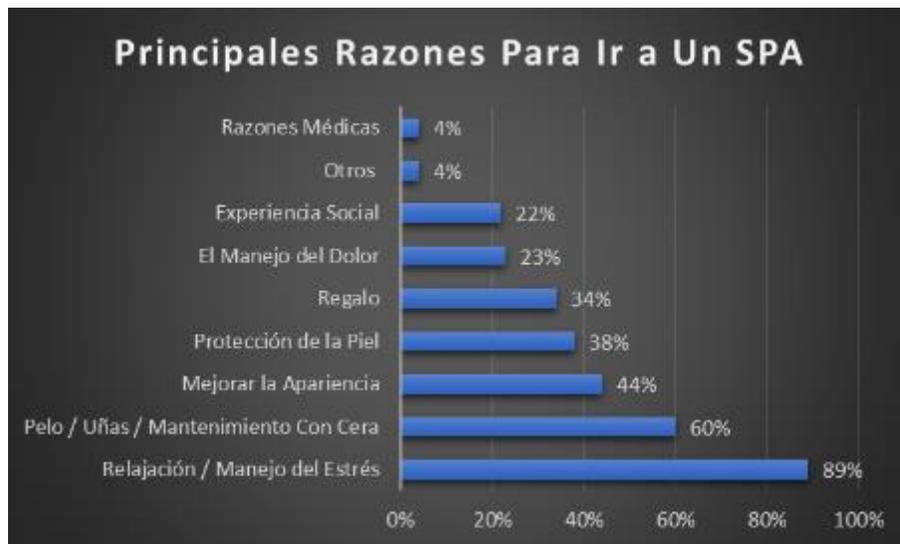
Gráfica 8 – Ingresos por Región



²⁰ Docplayer.es. (2017). Plan de negocios derivado de un spa holístico - PDF. [online] Available at: <http://docplayer.es/25481584-Plan-de-negocios-derivado-de-un-spa-holistico.html> [Accessed 27 Oct. 2017].

El segmento de SPAS obtuvo a nivel mundial ingresos por 46.8 mil millones de dólares en dos mil siete, donde Europa es el mercado líder con 18.4 mil millones de dólares, seguido por Estados Unidos con ingresos por 10 mil millones de dólares anuales en dos mil siete, la Figura 3 muestra los ingresos en la industria de los SPAS por región.

Gráfica 9 – Principales Razones para ir a un SPA

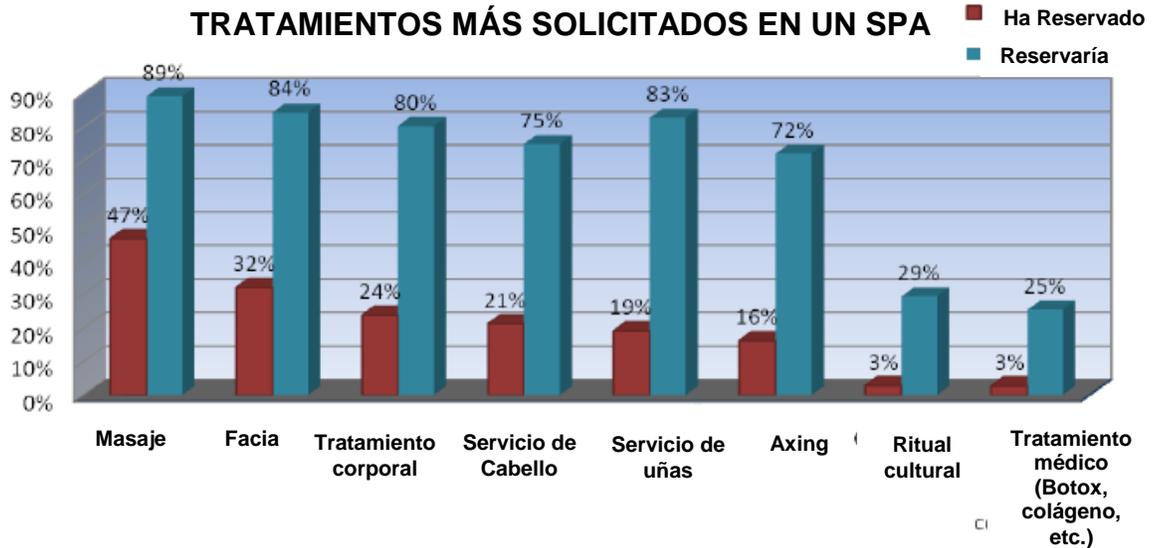


Fuente: Coyle Hospitality Group and WTS International

Un estudio hecho en dos mil diez por *Coyle Hospitality Group and WTS International* a 1,275 usuarios frecuentes de veintisiete países, incluyendo México, confirmó que la razón más importante para visitar un SPA es para relajación con un 89 por ciento de respuestas, Figura 4, siendo el masaje el servicio más solicitado con 92 por ciento de respuestas favorables, la Figura 5 muestra los tratamientos más solicitados en un SPA.²¹

²¹ COYLE HOSPITALITY GROUP AND WTS INTERNATIONAL, "New priorities of today's SPA consumers", obtenido el 4 de febrero del 2011, desde <http://www.coylehospitality.com/wpcontent/uploads/2010/07/Coyle-Global-Spa-Report.pdf>

Gráfica 10. Tratamientos más solicitados en un SPA



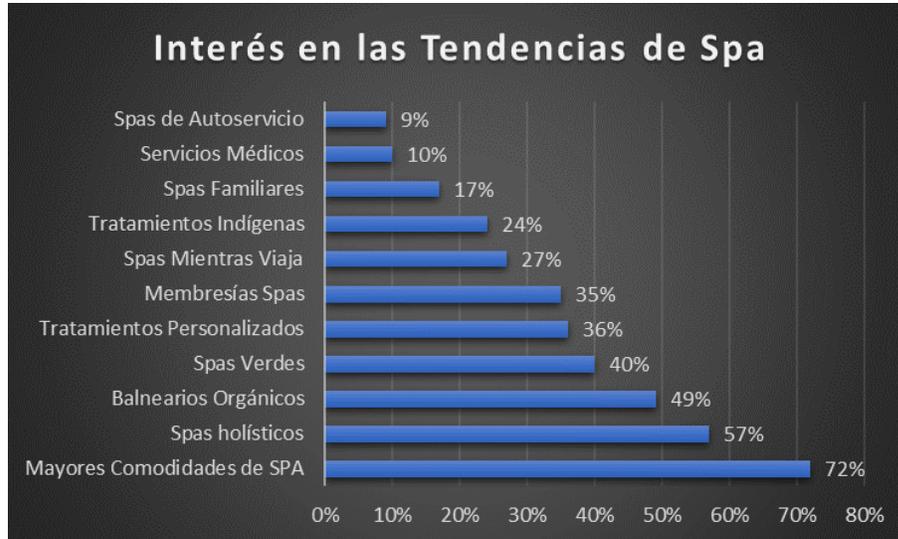
Fuente: Coyle Hospitality Group and WTS International

En Estados Unidos hay 18 mil SPAs. El 72.4 por ciento son SPAs por de un día, el 13.5 por ciento son SPAs de Hotel, el 5.3 por ciento son SPAs destino, el 4.1 por ciento son SPAs club, el 2.8 por ciento son SPAs de recuperación médica, 1.4 por ciento son SPAs termales y el 0.3 por ciento son SPAs a bordo de cruceros.²² La Figura 7 se muestran las tendencias de de los servicios que los clientes frecuentes están demandando, el estudio fue hecho en dos mil nueve por *Coyle Hospitality Group and WTS International* a 1,300 clientes frecuentes en Estados Unidos, se muestra que 57 por ciento de las respuestas fueron a favor de buscar servicios de un SPA holístico²³. SPAs holísticos. Esta industria dio empleo a 303 mil personas en Estados Unidos y la tasa anual de crecimiento corresponde a un 21 por ciento.

²² SECRETARIA DE TURISMO, "Manual para el diseño de herramientas de comercialización de SPAs", p.4., obtenido el 1 de septiembre del 2010, desde <http://www.sectur.gob.mx/work/models/sectur/Resource/14748/ManualTurismoSalud.pdf>.

²³ COYLE HOSPITALITY GROUP AND WTS INTERNATIONAL, "Sentiment research report 2009", obtenido el 4 de febrero del 2011, desde <http://www.coylehospitality.com/spas/coyle-hospitalitygroup-wts-international-spa-sentiment-research-report-2009/>.

Gráfica 11. Tendencias en los servicios de proporcionado en los SPAS



Fuente: Coyle Hospitality Group and WTS International

8.5 ENTORNO NACIONAL

Colombia se mantiene entre los ocho primeros países del mundo que más procedimientos quirúrgicos y no quirúrgicos se practican cada año, según resultados de 2014 y presentados por la Sociedad Internacional de Cirugía Estética Plástica y Estética (Isaps).

El país ocupa el séptimo lugar en el mundo en procedimientos quirúrgicos, superado por dos países de América Latina: Brasil y México; es el sexto en procedimientos quirúrgicos de senos y el cuarto en procedimientos quirúrgicos en cuerpo y extremidades. Según estadísticas en Colombia, el negocio del SPA ha experimentado en los últimos dos años un crecimiento acelerado equivalente al 100%.²⁴

Según estadísticas del DANE, el mercado laboral a nivel nacional ha mejorado tanto en el empleo formal como en el informal, lo que ha inducido un incremento en

²⁴ En línea: <https://www.elheraldo.co/economia/asi-funciona-el-negocio-de-la-belleza-y-la-cirurgia-estetica-247785>

productividad mostrando una tasa de ocupación favorable centrados en la producción, distribución, comercialización de equipos y productos para la estética y la belleza, también se extiende a todas las personas que prestan servicios en los centros de estética, gimnasios y las empresas que están trabajando en la modalidad de la venta directa, produciendo ingresos para más de 400.000 mil personas que hoy viven de la venta por sistema multinivel de estos productos.²⁵

Cifras de la consultora Raddar²⁶ indican que el gasto per cápita de los colombianos en cosméticos y aseo alcanzó \$203.840 en 2014, mientras un año atrás había sido de \$188.000.

En general, los tres subsectores de esta industria –cosméticos, productos de aseo y absorbentes– han evidenciado resultados positivos. Solo la producción de cosméticos alcanza US\$3.900 millones, mientras la de aseo se sitúa en US\$1.300 millones, de acuerdo con estadísticas de Euromonitor.

Análisis realizados por la Cámara de la Industria Cosmética y Aseo de la Andi indican que estos subsectores proyectan un crecimiento de 3,9% y 4,3% anuales, respectivamente, entre 2014 y 2019²⁷.

8.6 VISIÓN, MISIÓN Y OBJETIVOS ESTRATÉGICOS

8.6.1 Misión

OMEOMEDI busca optimizar la calidad de vida de la población de Girardot a través de herramientas y métodos naturales que permitan el manejo adecuado del estilo de vida, dentro de una concepción de la salud y del individuo para mejorar el rendimiento en la vida laboral y alcanzar una vida familiar plena.

²⁵ En línea: <https://servicioempresarialesdespa.wordpress.com/caracterizacion-del-sector/>

²⁶ <http://www.raddar.net/>: Investigación de Mercado grupo Raddar

²⁷ En línea: <http://www.dinero.com/edicion-impres/negocios/articulo/perspectiva-industria-belleza-colombia-2015/211931>. Industria de la belleza vislumbra un buen futuro en Colombia

8.6.2 Visión

Ser reconocidos como una empresa de sanación y belleza, considerando la salud como el óptimo estado de armonía del ser humano en sus dimensiones física psicológica y social.

Valores

- ✓ Innovación
- ✓ Servicio
- ✓ Calidad

8.6.3 Objetivos Estratégicos

- Ser líder a nivel local y a su vez reconocido en la presentación de servicios en salud y estética, por medio de la más alta e inimitable calidad humana y ética, mostrándose como modelo de eficiencia y calidad cuando de servir al cliente se trata.
- Disponer de un recurso humano competente.
- Brindar un servicio personalizado con altos estándares de calidad.
- Contribuir a mejorar la calidad de vida de los habitantes de Girardot.

9. CAPITULO I: PLAN DE NEGOCIOS

9.1 OBJETIVO DEL PLAN DE NEGOCIOS

Los objetivos del plan de negocios del centro de estética y asistencia en terapia alternativa “OMEOMEDI” son los siguientes:

- ✓ Conocer la viabilidad y rentabilidad de un centro de estética y asistencia en terapia alternativa en el Municipio de Girardot
- ✓ Demostrar lo atractivo de la propuesta de negocio para conseguir posibles inversionistas e incentivos fiscales.
- ✓ Servir de guía para iniciar el centro de estética y asistencia en terapia alternativa y para gestionarlo

9.2 ESTUDIO DE MERCADEO

9.2.1 Mercado Objetivo. Los servicios que prestará el CENTRO DE ESTETICA Y ASISTENCIA EN TERAPIA ALTERNATIVA “OMEOMEDI”, estarán dirigidos a toda la Comunidad de la Región del Alto Magdalena y visitantes que deseen tener un momento de relajación, necesarios para la salud física y mental.

9.2.2 Mercado potencial. Este mercado está conformado por un número considerable de personas que de repente estarían en condiciones de utilizar nuestros servicios, como son los empleados del sector salud, oficinas y los educadores

9.2.3 Mercado potencial en cifras. Girardot, es una ciudad turística muy cerca de la capital del país, goza de un clima cálido, lo que la convierte en una opción ideal para pasar unas vacaciones o un fin de semana de descanso.

Ahora bien, por ser un servicio del que carece el municipio de Girardot, para ofrecer descanso y relajación, no hay cifras estadísticas de producción ni de consumo, por lo tanto, el estudio para la demanda se realiza con base en una encuesta.

Sin embargo, con el fin de proyectar la demanda lo más real posible, se escogió solo el porcentaje de clientes que de acuerdo a sus gustos, costumbres y preferencias pueden ser clientes potenciales. Después de determinar nuestros clientes potenciales, se estableció que durante el primer año se logrará captar el 10% de estos clientes, ya que recién se estarán introduciendo esos servicios en el mercado y tratando de posicionar el negocio en la mente del consumidor, mediante la publicidad visual y auditiva, dando a conocer los atractivos turísticos de la región.

Tabla 9. Demanda Potencial Centro de Estética y Asistencia en Terapia Alternativa “OMEOMEDI”

POBLACION DE GIRARDOT	106.283
Clase Social Media, Media alta y Alta	40%
Clientes Potenciales del Municipio de Girardot	42.513
Porcentaje emprender y disfrutar de un momento de relajación y descanso	73%
Clientes Potenciales del Centro Estético	31.035

La proyección de ventas para el CENTRO DE ESTETICA Y ASISTENCIA EN TERAPIA ALTERNATIVA “OMEOMEDI”, se va a realizar para el primer año de funcionamiento del negocio y tendrá una frecuencia mensual.

Tabla 10. Proyección de Ventas para el CENTRO DE ESTETICA Y ASISTENCIA EN TERAPIA ALTERNATIVA “OMEOMEDI”,

SERVICIOS PRESTADOS		Año 1
Aromaterapia		\$21.530.993
Cabinas		\$24.996.947
Vinoterapia		\$24.250.698
Ducha Vicky		\$24.612.264
Chocolaterapia		\$22.791.350
Masaje con aceite		\$21.283.425
Masaje con miel		\$21.854.736
Masaje con chocolate		\$22.711.166
Masoterapia		\$21.854.736
Dermosucción		\$21.768.354
Manta sauna		\$24.533.499
Ducha y recorrido termal		\$25.488.275
Dietista		\$21.191.711
Total, Ventas		\$298.868.151

La proyección de las ventas se ha realizado teniendo en cuenta que el negocio es nuevo, es de suponer que se ha realizado previamente un proceso de mercadeo y promoción para que en el momento de comenzar la actividad, ya se cuente con un número significativo de clientes, los cuales irán creciendo mes a mes con las estrategias de mercadeo, promoción y distribución; también teniendo en cuenta las temporadas del día de la Madre, día de la mujer, mes del Amor y la Amistad, fin de año, etc., en las que un gran número de personas disfrutan de vacaciones colectivas y aprovecharían ese tiempo para visitar el CENTRO DE ESTETICA Y ASISTENCIA EN TERAPIA ALTERNATIVA “OMEOMEDI”.

9.2.4 Marketing Mix. El CENTRO DE ESTETICA Y ASISTENCIA EN TERAPIA ALTERNATIVA “OMEOMEDI” ofrecerá un servicio especializado en el mejoramiento de la estética corporal y salud mental, dirigido a hombres y mujeres del municipio de Girardot.

Es necesario mencionar la calidad indiscutible, en tratamientos diseñados para satisfacer múltiples necesidades, lo que permitirá la fidelización de los clientes. Entre los principales servicios tendremos: Tratamiento Facial y Corporal, Técnicas de Relajación, Depilación en General, Manicure, Pedicure, Tratamientos para reducir de peso, entre otros.

El servicio de calidad se rige bajo las estrictas normas generales, para el idóneo funcionamiento de un Spa.

El cliente recibirá el asesoramiento profesional sobre todo, cuando ingresa por primera vez, ya que tiene intenciones de experimentar algún tratamiento recomendado por sus bondades y beneficios para conseguir bienestar integral. El sector estético tiene un nivel de riesgo considerable, pero definitivamente las proyecciones de rentabilidad sugieren la presencia de nuevas alternativas para atender a una demanda insatisfecha, preocupada de lucir y sentirse bien en un mundo globalizado en donde las preocupaciones, rutinas diarias excesivas provocan altos niveles de estrés alterando la rutina diaria de cada individuo.

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

A continuación, se presentan los servicios que ofrecerá el centro de estética y asistencia en terapia alternativa:

- Masajes
- Piedras calientes
- Chocoterapia

TRATAMIENTOS CORPORALES

- ✓ Desintoxicante

- ✓ Exfoliante
- ✓ Drenaje linfático
- ✓ Belleza de manos y pies

TRATAMIENTOS FACIALES

Hidratación

Limpieza profunda

TERAPIAS ALTERNATIVAS

- ✓ Consulta de Medicina Tradicional China
- ✓ Acupuntura
- ✓ Reflexología
- ✓ Reiki

9.3 DESCRIPCIÓN DE LOS SERVICIOS

Masaje

Es el conjunto de manipulaciones (amasamientos, fricciones, presiones e impactos con un cierto ritmo e intensidad) realizadas en diversas partes del cuerpo con fines terapéuticos, deportivos o estéticos, ya sean de forma directa o refleja.



Piedras Calientes



El masaje con piedras calientes o terapia geotermal combina el masaje terapéutico tradicional con la aplicación sobre la piel de piedras a distintas temperaturas, para facilitar que fluya la energía vital y aliviar así trastornos físicos y emocionales.

Chocolaterapia



Es un tratamiento de belleza que se basa en masajes corporales y faciales con cacao -aceite de néctar de cacao-. La terapia consiste en envolver el cuerpo con una capa de chocolate caliente y dejar que actúe durante 20 minutos. A continuación, se aplica un masaje con manteca de cacao y con aceite de flor de cacao. El chocolate cuenta con determinadas propiedades vigorizantes que estimulan el buen humor. Además, su alto contenido de antioxidantes, polifenoles y xantina, hacen que sea un excelente aliado para combatir los signos de envejecimiento y los efectos del estrés. Asimismo, ayuda a reducir la inflamación de los vasos sanguíneos y mejora la circulación.

Tratamiento Corporal Desintoxicante



Un tratamiento que desintoxica el cuerpo, hecho a base de ingredientes reafirmantes que además aceleran la eliminación de la celulitis y evitan la formación de nuevos depósitos. La piel mejora notoriamente al aumentar su elasticidad y firmeza. Al tratamiento le sigue un masaje relajante con una crema corporal tranquilizante que beneficia a la circulación y combate el cansancio. El tratamiento tiene una duración de aproximadamente ochenta minutos.

Tratamiento Corporal Exfoliante



La exfoliación corporal elimina las células muertas y proporciona a la piel un aspecto más suave y luminoso. Este método es un proceso de regeneración celular totalmente natural. Las células muertas quedan depositadas, junto a las impurezas, sobre la capa superficial de la piel.

El tratamiento, que dura en total sesenta minutos, incluye un masaje de todo el cuerpo con aceite aromatizado de veinticinco minutos.

Drenaje Linfático



La técnica del drenaje linfático consiste a hacer llegar a los territorios linfáticos sanos el exceso líquido acumulado en los tejidos por medio de manipulaciones o masajes. El drenaje linfático debe ser practicado por un especialista en rinología o terapeuta especializada.

En una sesión de drenaje existen diferentes actos esenciales, primero la preparación del paciente es muy importante, la relajación en un ambiente tranquilo y confortable. Luego el diagnóstico de las diferentes zonas de bloqueo linfático a drenar y finalmente los movimientos o masajes fundamentales. El tratamiento tiene una duración de aproximadamente cincuenta minutos.

Manicure



Un tratamiento completo de manicure correcto, siguiendo los sucesivos pasos ayudará a mantener cuidadas las uñas de las manos y completar el aspecto general de cada persona. Comprende varios y diferentes preparados cosméticos relacionados con la limpieza, preparación y decoración. El tratamiento tiene una duración de aproximadamente treinta minutos.

Pedicure



Tratamiento similar a la manicure que ayudara a mantener cuidadas las unas de los pies. El tratamiento tiene una duración de aproximadamente treinta minutos.

Limpieza Facial Hidratante



Tratamiento de belleza que hidrata la piel en profundidad al mismo tiempo que la restaura y estimula sus mecanismos para evitar la pérdida de agua y mantener el nivel hídrico óptimo en la piel.

Este tratamiento tiene una duración aproximada de cuarenta minutos y no se hace extracción de comedones. Durante éste se hace tonificación, exfoliación, oxigenación, mascarilla y otros donde se utilizan cremas, masajes y productos naturales.

Limpieza Facial Profunda



La Limpieza Facial Profunda está destinada para aquellas personas que presentan en su rostro la presencia notable de comedones los cuales son protuberancias cutáneas pequeñas, blancas, oscuras o de color carne que dan a la piel una textura áspera. Estas protuberancias se encuentran en las aberturas de los folículos sebáceos comúnmente llamados poros. Este tratamiento tiene una duración aproximada de una hora haciéndole extracción de comedones. Durante este se hace tonificación, exfoliación, vaporización, oxigenación, mascarillas, saponificación, hidratación y otros donde se utilizan cremas, masajes y productos naturales.

Acupuntura



La acupuntura es un grupo de antiguos procedimientos médicos Chinos. Implican la estimulación de localizaciones anatómicas sobre o en la piel mediante una variedad de técnicas, en la mayoría de los casos, agujas metálicas delgadas.

Las agujas se insertan anatómicamente en ubicaciones definidas en el cuerpo que afectan a la función de este mismo. Los acupuntores afirman que estos puntos corresponden a las áreas en la superficie del cuerpo que tienen una mayor conductancia eléctrica

Reflexología



La reflexología es la aplicación de presión a las zonas de los pies, manos, cara y orejas de manera generalmente relajante y puede ser una manera eficaz para aliviar el estrés así como dolores en distintas partes del cuerpo. Es una técnica curativa.

Reiki



Reiki es una palabra sánscrita que significa REI, energía universal y KI, energía vital.

Es una técnica de canalización y transmisión de energía vital a través de la imposición de manos, que se utiliza para obtener paz y equilibrio en todos los niveles:

Físico: mejoría en dolencias, lesiones, metabolismo, etc.

Emocional: problemas sentimentales, agresividad, infelicidad, etc.

Mental: hábitos dañinos, estrés, insomnio, etc.

Espiritual: armonía, paz, equilibrio, etc.

Reiki actúa en profundidad yendo a la raíz del problema físico o emocional, permitiendo que la emoción o el patrón de conducta que ha creado el desequilibrio, se manifiesten y sea sanado.

También nos ayuda al crecimiento personal y a la expansión de nuestra conciencia.

9.4 SEGMENTACION

El centro de estética y asistencia en terapia alternativa “**OMEOMEDI**” estará ubicado en el Municipio de Girardot - Cundinamarca. El servicio que proporcionará la Empresa estará destinado a la población económicamente activa del municipio sin límite de edad perteneciente a un nivel socioeconómico medio y alto.

Dentro de este grupo se tiene:

Clientes que están en un proceso de rehabilitación por accidentes físicos o por enfermedades derivadas del estrés.

Clientes que buscan tratamientos anti edad

Clientes que prefieren la medicina alternativa donde algunos de ellos padecen enfermedades crónicas

9.5 VENTAJAS COMPETITIVAS

La ventaja competitiva radica en los servicios que fueron diseñados para el ritmo de una gran ciudad, en la que la falta de tiempo y el estrés continuo son parte de la vida diaria:

- ✓ Servicios de relajación, asesoría de superación personal para ayudar al equilibrio mental y equilibrio espiritual como lo es la terapia *reiki*
- ✓ Servicios de medicina alternativa
- ✓ Las reservaciones podrán hacerse por teléfono o por internet a través de una página web que soportara formatos de navegadores para computadoras personales y teléfonos inteligentes
- ✓ Página web donde el cliente tendrá acceso a información detallada acerca de los servicios y artículos acerca de los últimos avances en medicina tradicional y masajes
- ✓ Todos los productos usados son cien por ciento naturales, se evitará al máximo el uso de productos desechables que contaminen el medio ambiente

9.6 ESTRATEGIAS DE DISTRIBUCIÓN

Se proponen diversas estrategias de mercado para hacer llegar el servicio al consumidor final. Para el lanzamiento del CENTRO DE ESTETICA Y ASISTENCIA EN TERAPIA ALTERNATIVA “OMEOMEDI” se repartirán volantes y se realizarán cuñas publicitarias por la emisora de mayor audiencia del área metropolitana. De acuerdo a la encuesta realizada las personas prefieren recibir información por medio de las redes sociales, se creará una página web donde se encuentre la descripción de todos los servicios a ofertar, historia de la empresa, contacto y ubicación de la

misma. Se usarán también páginas como Facebook, Instagram, Twitter. El correo electrónico es otra fuente importante para la comercialización de nuestros servicios, se contará con una base de datos de correos donde se enviará información.

9.7 ESTRATEGIAS DE PRECIOS

Según el intervalo de precios seleccionado en la encuesta realizada se determina un valor promedio para los servicios a ofertar es de \$63.275.

9.8 ESTRATEGIAS DE PROMOCIÓN

Se propone posicionar los servicios del CENTRO DE ESTETICA Y ASISTENCIA EN TERAPIA ALTERNATIVA “OMEOMEDI” a través de publicidad enfocada en el bienestar y calidad de vida que brindan los servicios ofrecidos. Es muy importante dar a conocer a los clientes los descuentos y eventos especiales que se realizaran en el SPA. Se programarán eventos para fechas especiales como: día de san Valentín, día de la mujer, día de la madre, día del padre, despedida de soltera y celebración de cumpleaños. Los clientes frecuentes serán parte de nuestro sistema de fidelización del cual podrán disfrutar de mayores beneficios.

9.9 ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN

Las estrategias iniciales para difusión de CENTRO DE ESTETICA Y ASISTENCIA EN TERAPIA ALTERNATIVA “OMEOMEDI”, será por cuñas publicitarias en la emisora más reconocidas del sector en los horarios de la mañana y tarde. Se repartirán volantes en los principales centros comerciales del municipio de Girardot para dar a conocer el CENTRO DE ESTETICA Y ASISTENCIA EN TERAPIA ALTERNATIVA “OMEOMEDI”.

Como mayor medio de comunicación se usará perfiles de cuentas en Facebook, Instagram, Twitter con imágenes e información que genere expectativa. Se enviará vía correo electrónico los beneficios y descuentos vigentes. Para la realización de estas actividades, se refleja el presupuesto asignado en como publicidad en costos fijos, dado a que se realizara mensualmente y todos los años.

9.10 ESTRATEGIAS DE SERVICIOS

Es muy importante para el CENTRO DE ESTETICA Y ASISTENCIA EN TERAPIA ALTERNATIVA "OMEOMEDI". La satisfacción del cliente por ello se implementarán las siguientes estrategias:

- ✓ La mayor estrategia por utilizar será la instalación de un buzón de sugerencias con el lema „Su opinión es muy valioso para nosotros"" para atender todas las inquietudes y sugerencias de los clientes, respondiendo de manera ágil y veraz.
- ✓ Se habilitará un correo electrónico para dar respuesta oportuna de todas las sugerencias de los clientes.
- ✓ Se cumplirá con todos los servicios ofertados y no se manejará publicidad engañosa.
- ✓ Manejar una organización en la agenda para el cumplimiento del horario de las citas.

9.11 PRECIO

Los precios se determinaron tomando en cuenta el análisis de mercado y de la competencia

Tabla 11. Precios de los servicios centro de estética y asistencia en terapia alternativa “OMEOMEDI”

DDA PROYECTADA		
DESCRIPCION	COSTO UNITARIO TOTAL	PRECIO VENTA UNITARIO
masaje reductivo	\$ 30.000	\$ 150.000
pedras calientes	\$ 10.000	\$ 100.000
chocolaterapia	\$ 30.000	\$ 140.000
tratamientos corporales		
desintoxicante	\$ 50.000	\$ 180.000
exfoliante	\$ 20.000	\$ 150.000
drenaje linfático	\$ 20.000	\$ 200.000
menicure	\$ 3.000	\$ 12.000
pedicure	\$ 3.000	\$ 15.000
tratamientos faciales		
hidratacion	\$ 20.000	\$ 110.000
limpieza profunda	\$ 20.000	\$ 110.000
terapias alternativas		
acupuntuta	\$ 10.000	\$ 100.000
reflexología	\$ 10.000	\$ 100.000
reiki	\$ 10.000	\$ 100.000

Fuente: Autor

9.12 PROMOCIÓN Y PUBLICIDAD

La estrategia de promoción de ventas está diseñada para atracción de nuevos clientes y retención de los usuarios frecuentes del centro de estética y asistencia en terapia alternativa

Cliente frecuente: Los datos generales de los clientes serán registrados en la base de datos del Centro Estético y la primera vez se les entregara una tarjeta con un

código de barras que identificará al cliente, de esta manera se registrará cada visita al Centro Estético, después de diez visitas se le otorgará un servicio gratuito; el cliente podrá escoger cualquier servicio sin importar que sea más costoso en comparación a los servicios que utilizó en sus visitas anteriores.

Convenios: con empresas donde se les hará el diez por ciento de descuento a los empleados presentando la credencial de la empresa, además después de sus primeras cinco visitas se les darán un servicio gratuito.

Descuento: del treinta por ciento a personas de la tercera edad.

La publicidad se hará contratando los siguientes servicios: Se imprimirán 3.000 folletos, los cuales serán distribuidos en la ciudad de Girardot y los municipios aledaños.

Se realizarán alianzas estratégicas con marcas prestigiosas de productos de belleza como Revlon, L'oreal. Se realizarán cuñas radiales para emitir en las emisoras más escuchadas de la región (Radio uno, La Mega, Guasca F.M) en los horarios de más audiencias.

Se realizará un comercial televisivo que será emitido en el canal de Girardot DW TV.

Se diseñará una página Web donde se busque la interacción con el cliente y promocionar los servicios del Centro Estético y el programa de fidelización.

La utilización del mailing como herramienta para comunicar promociones y servicios a los clientes que están registrados en las bases de datos.

Uso de herramientas informáticas innovadoras como Facebook, twitter, Instagram.

Oportunidades del mercado:

En la ciudad de Girardot no hay centros de estética tan completos como el que se está presentando en éste proyecto, la demanda es muy amplia ya que en Girardot hay una cantidad considerable de personas pero lo que impulsaría aún más es la población flotante que ésta ciudad tiene, donde la mayoría de visitantes vienen a depositar su dinero en lugares recreativos, pero no tienen un lugar de descanso y bienestar que preste tantos servicios de belleza como de estética. Nuestra competencia se podría considerar los SPA, centros médicos, gimnasios y salas de belleza, pero ninguno de éstos reúne todo lo necesario para poder satisfacer completamente al cliente.

10. CAPITULO II: PLAN DE OPERACIONES

Esta sección define los recursos humanos necesarios para que el Centro Estético y de terapias alternativas opere adecuadamente y la estructura organizacional de la empresa.

10.1 LOCALIZACIÓN

El Centro Estético y de asistencia en terapia Alternativa estará localizado en el barrio Granada de la Ciudad De Girardot - Cundinamarca, este lugar fue elegido por su ubicación estratégica cercana al centro de la ciudad, la zona financiera y por su importante concentración de IPS y EPS.

10.2 PROCESOS

Se documentarán todos los procesos necesarios para su operación y administración. El personal deberá tener disponibles los procesos en los cuales se documente claramente las instrucciones para mantener la calidad de los servicios entregados al cliente; estos documentos deben mantenerse actualizados y retroalimentados con los comentarios y sugerencias de los clientes.

10.3 PRODUCTOS

Los productos empleados y comercializados dentro del Centro Estético y de asistencia en terapia Alternativa deberán ser de líneas comerciales que cuenten con el registro de salubridad y deben cumplir con la normatividad correspondiente al área de servicios para los cuales fueron creados.

10.4 DISTRIBUCIÓN E INFRAESTRUCTURA

La configuración, distribución y organización de las instalaciones serán diseñadas siguiendo la resolución número 00002117 de 2010 del Ministerio de Protección Social.

El Centro Estético tendrá una superficie de cuatrocientos metros cuadrados y contará con las siguientes instalaciones para asegurar su operación:

10.5 ÁREA DE RECEPCIÓN

- ✓ Recepción de clientes
- ✓ Exhibición de productos
- ✓ Pago de servicios
- ✓ Área de vestidores
- ✓ Casilleros
- ✓ Tocado
- ✓ Sanitario
- ✓ Regaderas
- ✓ Productos básicos (blancos, jabón, champú, etc.)

10.6 ÁREAS DEL SPA

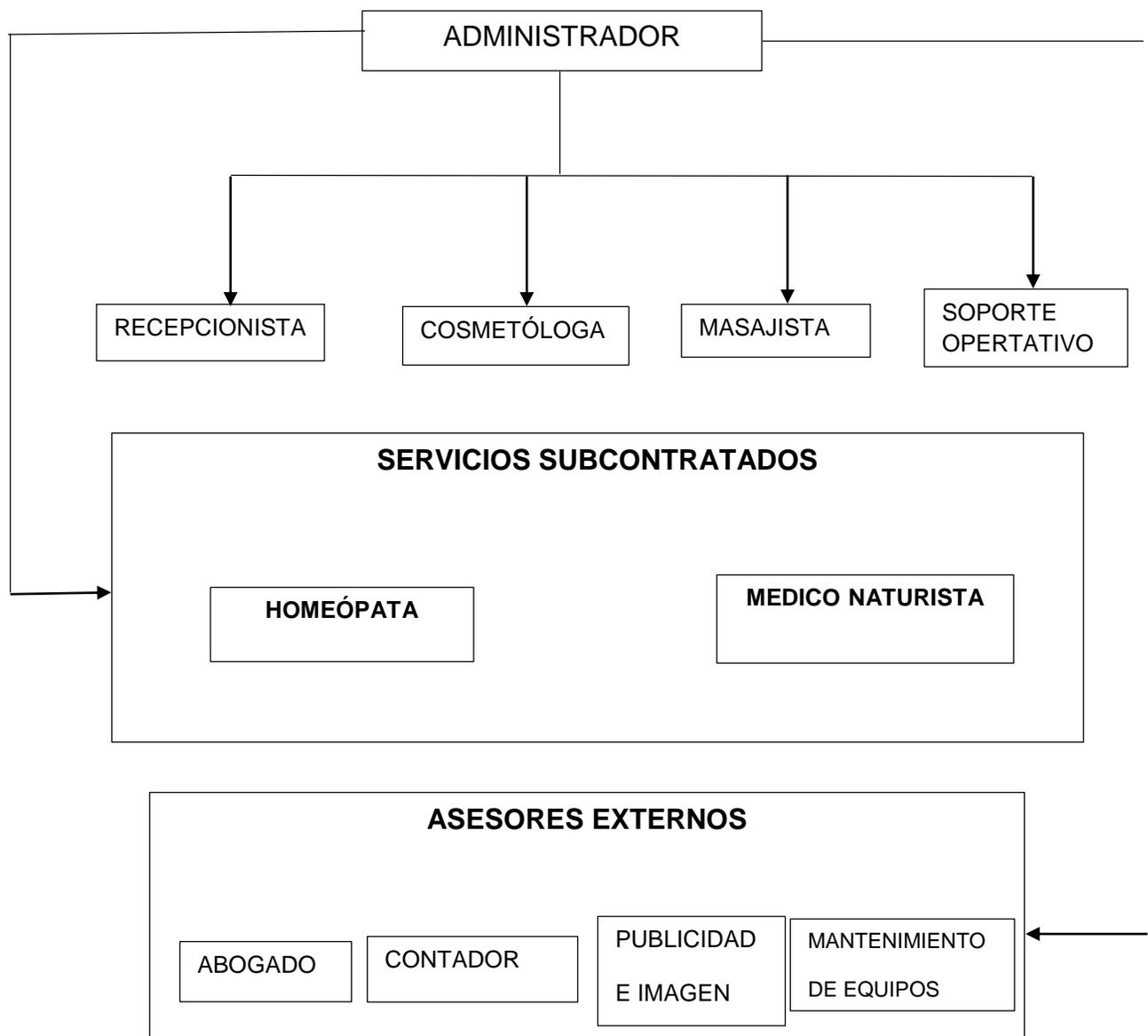
- ✓ Área Seca
- ✓ Diagnostico cosmetológico
- ✓ Limpieza facial hidratante
- ✓ Limpieza facial profunda
- ✓ Manicure
- ✓ Pedicure
- ✓ Masaje para drenaje linfático
- ✓ Área Húmeda
- ✓ Tratamiento corporal desintoxicante
- ✓ Tratamiento corporal exfoliante
- ✓ Masaje de piedras calientes
- ✓ Área de servicios holísticos
- ✓ Acupuntura
- ✓ Reflexología
- ✓ Reiki

11. CAPITULO III: PLAN DE ORGANIZACIÓN Y RECURSOS HUMANOS

Esta sección define los recursos humanos necesarios para que el Centro Estético y de terapias alternativas opere adecuadamente y la estructura organizacional de la empresa.

11.1 ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL

En la Figura se muestra el organigrama donde aparecen los puestos y los canales de comunicación.



11.2 TALENTO HUMANO

La gestión del talento humano se llevará a través de un proceso continuo de evaluación de competencias previa a la definición de perfiles ocupacionales, estructurados en torno a conocimientos, habilidades y conductas individuales y sociales, utilizando instrumentos de medición que evidencien cada una de las competencias, pero vistas desde una perspectiva balanceada e integral, este proceso de evaluación de competencias de un postulante ayuda a tomar la decisión de si conviene o no contratarlo. En la evaluación de competencias se pretende conocer que sabe hacer, cuanto sabe, porque lo sabe, como lo aplica y cómo se comporta una persona en su puesto de trabajo, con el fin de proporcionar a la organización los medios para identificar fortalezas y debilidades del desempeño de un empleado para elaborar planes de mejoramiento continuo y así aumentar la productividad.

11.2.1 Perfiles Y Funciones. El perfil de las personas a contratar obedecerá en forma variada a la función del cargo a desempeñar, por lo cual se ha de enumerar los requisitos exigidos para la ocupación del cargo.

11.2.2 Manual De Funciones Y Competencias Laborales.

CARGO: Gerente General

Funciones Específicas:

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

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

Requisitos.

- ✓ Administrador de Empresas o Gestión Empresarial.
- ✓ Experiencia mínima de 2 años en áreas similares.
- ✓ Don de mando y liderazgo.
- ✓ Alta capacidad de relacionarse con los niveles de la Empresa.
- ✓ Alto grado de Responsabilidad.
- ✓ Fluidez verbal.

CARGO: Secretaria-Recepcionista.

Funciones Específicas:

- ✓ Recibir visitas de clientes y arreglar entrevistas con Empresarios y proveedores de productos y equipos estéticos.
- ✓ Manejar la Central telefónica o PBX.
- ✓ Causar buena impresión de la Compañía a favor de las Relaciones Publicas.
- ✓ Manejo de herramientas de office.
- ✓ Controlar la documentación entregada y recibida por parte de otros Departamentos.
- ✓ Elaborar oficios y memorándums según los requerimientos.
- ✓ Manejar la agenda de clientes del Spa y realizar llamadas oportunas cuando se requiera para promocionar paquetes de servicios.
- ✓ Organizar la agenda y la planificación diaria de tratamientos.
- ✓ Atender y resolver las posibles reclamaciones o sugerencias de los usuarios.
- ✓ Realizar los inventarios y pedidos de materiales y cosméticos.
- ✓ Informar a la Gerencia de Spa de las incidencias sugeridas.

Requisitos.

- ✓ Memoria General, control de personalidad y manejo del stress.
- ✓ Visión clara, voz agradable y bien articulada.
- ✓ Dominio de su idioma y del inglés.

- ✓ Título Universitario de Secretaria Ejecutiva.
- ✓ Experiencia mínima de 2 años en cargos similares.
- ✓ Cursos o seminarios realizados para el mejoramiento del servicio al cliente.
- ✓ manejo de archivo, redacción comercial o técnicas a fines.

CARGO: Cosmetóloga.

Funciones Específicas:

- ✓ Realizar el diagnostico estético respectivo.
- ✓ Realizar tratamientos faciales según los estándares de calidad establecidos.
- ✓ Realizar el asesoramiento y la venta de productos de uso personal.
- ✓ Mantener y asegurar la higiene de las instalaciones y equipos según los Estándares establecidos.
- ✓ Realizar tratamientos corporales.
- ✓ Aplicar diferentes técnicas orientadas al mejoramiento de la estética corporal.
- ✓ Realizar el asesoramiento y venta de productos de uso personal.
- ✓ Cuidar la higiene y el manejo adecuado de los equipos para garantizar la calidad y eficiencia de los tratamientos.
- ✓ Informar al Gerente General las discordancias sugeridas durante el desarrollo de los tratamientos corporales.

Requisitos:

- ✓ Estudios profesionales en Cosmetología.
- ✓ Experiencia mínima de 2 años en áreas similares.
- ✓ Alto grado de responsabilidad, puntualidad, entusiasmo y flexibilidad.
- ✓ Habilidades comunicativas y relacionales.

CARGO: Estilista.

- ✓ Funciones Específicas:
- ✓ Realizar diagnósticos y tratamientos del cabello y cuero cabelludo
- ✓ Realizar el asesoramiento y ventas de productos de uso personal
- Requisitos:
- ✓ Título en la rama de Belleza avalado por el ente competente.
- ✓ Experiencia mínima 2 años en áreas similares.
- ✓ Trabajo bajo presión, puntualidad y responsabilidad.
- ✓ Deseos de superación y capacidad de relacionarse con el equipo profesional de trabajo.
- ✓ Cursos y seminarios especializados en el área capilar. CARGO: Manicurista-Pedicurista. Funciones Específicas.
- ✓ Realizar manicure y pedicure.

- ✓ Poner uñas acrílicas, cerámicas y otros tipos de materiales para el embellecimiento de manos y pies.
- ✓ Manejar adecuadamente el mobiliario específico para la aplicación del servicio.

Requisitos.

- ✓ Título en la rama de Belleza avalado por el ente competente.
- ✓ Experiencia mínima de 2 años.
- ✓ Puntualidad, responsabilidad y trabajo bajo presión. CARGO: Instructor de aeróbicos y gimnasia, Masajista. Funciones Específicas.
- ✓ Proporcionar el diagnóstico y tratamientos adecuados relacionado a la problemática mental del individuo.
- ✓ Proporcionar los tratamientos Antiestrés mediante sesiones de relajación, aplicando técnicas de yoga para lograr modificaciones de la conducta relacionadas con la percepción de la propia imagen.

Requisitos.

- ✓ Título tecnológico en danzas, gimnasia y masajes.
- ✓ Experiencia mínima comprobada de 3 años en cargos similares.

11.3 HORARIO DE TRABAJO

El horario de trabajo presenta dos tipos de turnos, de acuerdo con las necesidades del servicio: El personal administrativo labora de 8:00 a.m. a 5:00 p.m. de lunes a viernes, y sábados de 8 a .m a 12p.m. El personal operativo tendrá dos turnos cada turno de 8 horas diarias, que cubren las 10 horas de servicio. Turno operativo de apertura entra a las 9:00 a.m. hasta las 5:30 p.m. y turno operativo de cierre entra a las 3:30 a.m. hasta las 11:00 p.m. de martes a domingo.

11.3.1 Nomina

CENTRO DE ESTETICA Y ASISTENCIA EN TERAPIA ALTERNATIVA "OMEOMEDI"

LIQUIDACIÓN DE NOMINA

NOMBRE	SUELDO BASICO	DIAS TRAB	DEVENGADO				TOTAL DEVENGADO	DEDUCCIONES							TOTAL DEDUCCION	NETO A PAGAR
			BASICO	H. EXTRAS	COMISIONES	AUX TRANS.		SALUD	PENSION	FSP	RT. FTE	PRESTAMO	COOP.	EMBARGOS		
Gerente General	1.500.000	30	1.500.000			83.140	1.583.140	60.000	60.000						120.000	1.463.140
Recepcionista	737.717	30	737.717			83.140	820.857	29.509	29.509						59.017	761.840
Cosmetologa	737.717	30	737.717			83.140	820.857	29.509	29.509						59.017	761.840
Masajista	1.000.000	30	1.000.000			83.140	1.083.140	40.000	40.000						80.000	1.003.140
Homeopata	2.500.000	30	2.500.000				2.500.000	100.000	100.000						200.000	2.300.000
Medico Naturista	2.500.000	30	2.500.000				2.500.000	100.000	100.000						200.000	2.300.000
TOTAL ADMINISTRACION			8.975.434	0	0	332.560	9.307.994	359.017	359.017	0	0	0	0	0	718.035	8.589.959

APORTES SEGURIDAD SOCIAL				
8.975.434		VALOR	DEBITO	CREDITO
SALUD	8,5%	762.912	510569	237005
PENSION	12%	1.077.052	510570	238030
RIESGOS	0,522%	46.852	510568	237006

APORTES PARAFISCALES				
8.975.434		VALOR	DEBITO	CREDITO
SENA	2%	179.509	510578	237010
ICBF	3%	269.263	510575	237010
CAJA	4%	359.017	510572	237010

PROVISIÓN PARA PRESTACIONES SOCIALES				
9.307.994		VALOR	DEBITO	CREDITO
CESANTIAS	8,33%	775.356	510530	261005
INT./CESANT	1%	93.080	510533	261010
PRIMA	8,33%	775.356	510536	261020
VACACIONES	4,17%	374.276	510539	261015

NOTA: VACACIONES SIN AUX TRANSPORTE

12. EVALUACIÓN SOCIAL Y AMBIENTAL

12.1 IMPACTO ECONÓMICO.

El impacto económico de un proyecto social se define como el nivel de eficiencia económica del mismo; es decir, corresponde a una comparación de la totalidad de los costos y beneficios sociales resultantes del proyecto, independientemente de la forma que ellos se distribuyen entre los diferentes actores sociales.

La inversión es fundamental para el crecimiento económico de una empresa; también es un factor dinamizante en la misma y es por ello que la gerencia se preocupa por su realización, promoción, regulación y materialización, dándole un papel importante a los proyectos de inversión, lo cual se ve materializado en la ampliación y mejoramiento de la empresa, contribuyendo a su vez a la generación y sostenimiento de empleos productivos.

Sin embargo, en muchas ocasiones el contexto económico y la falta de una planeación adecuada al momento de la creación, ampliación o remodelación de las empresas son factores que afectan la rentabilidad, el crecimiento y el buen desempeño de las mismas, resaltando así la importancia de la realización de evaluaciones económicas y financieras. Se considera que la creación y puesta en marcha del CENTRO DE ESTETICA Y ASISTENCIA EN TERAPIA ALTERNATIVA "OMEOMEDI", generará un impacto económico positivo para la región, por cuanto es un proyecto que generará empleo constante para unas 7 familias y empleo ocasional para unas 5 familias por un mes, mientras se realizan las adecuaciones locativas para poner en funcionamiento el negocio; además, es económicamente beneficioso para aquellas personas que utilizan sus servicios de medicina alternativa y de estética corporal por cuanto ahorran en tiempo y dinero, debido a que no tendrán que desplazarse a otras ciudades para obtenerlos.

12.1.1 Aspectos a destacar del CENTRO DE ESTETICA Y ASISTENCIA EN TERAPIA ALTERNATIVA "OMEOMEDI".

- ✓ Beneficiará a las propiedades y locales que se encuentran alrededor, ya que aumentará la afluencia de potenciales clientes, mejorando así el comercio y por ende la economía del sector.

- ✓ Los sueldos que se pagarán al personal serán justos, permitiéndoles mejorar su calidad de vida.
- ✓ La construcción del CENTRO DE ESTETICA Y ASISTENCIA EN TERAPIA ALTERNATIVA “OMEOMEDI” necesitará de personal para los trabajos de construcción y adecuación, por tanto, la empresa contribuirá en alguna medida a aumentar la población económicamente activa.
- ✓ No obstante, un aspecto negativo del proyecto es que las empresas que ofrecen servicios similares como gimnasios, centros de estética, saunas y peluquerías, están incluyendo dentro de su cartera de servicios algunas terapias y tratamientos que son propiamente de un Spa con precios bajos, lo cual podrá dar lugar a que los clientes se puedan rehusar a pagar valores mayores por un servicio de calidad.

12.2 IMPACTO SOCIAL.

Se refiere al cambio efectuado en la sociedad debido a la implantación y puesta en marcha de un proyecto; el impacto depende del nivel del propósito o fines del programa ya que implica un mejoramiento significativo y en algunos casos perdurable o sustentable en el tiempo, en algunas de las condiciones o características de la población objetivo y que se plantearon como esenciales en la definición del problema que dio origen al proyecto. Un resultado final puede expresarse como un beneficio a mediano y largo plazo obtenido por la población atendida. El impacto social tiene como objetivo evaluar el impacto de un proyecto sobre la sociedad. Con la puesta en marcha del CENTRO DE ESTETICA Y ASISTENCIA EN TERAPIA ALTERNATIVA “OMEOMEDI”, se generan empleos directos para unas 15 personas y empleos indirectos para unas 10 personas, lo cual es positivo para ésta región en la cual las fuentes de empleo son muy escasas. El impacto social que se percibe con esta idea de negocio es de total libertad para quienes deseen y tengan la oportunidad de utilizar los diferentes servicios, el CENTRO DE ESTETICA Y ASISTENCIA EN TERAPIA ALTERNATIVA “OMEOMEDI” tendrá las puertas abiertas para toda la comunidad de la Región del alto Magdalena y visitantes en general sin discriminación alguna, pues cada quien utiliza los servicios de acuerdo a sus posibilidades económicas, gustos y preferencias.

12.2.1 Efectos del CENTRO DE ESTETICA Y ASISTENCIA EN TERAPIA ALTERNATIVA “OMEOMEDI”

- La crisis económica en el país y en el mundo han ocasionado situaciones de excesivo estrés, de ahí que Efectos del CENTRO DE ESTETICA Y ASISTENCIA EN TERAPIA ALTERNATIVA “OMEOMEDI” se caracterizará por buscar salud y relajación contribuyendo de esta manera al mejoramiento físico y psíquico del ser humano.
- El Spa realizará campañas de concientización para que la gente se informe sobre la importancia de crear una cultura del cuidado de la salud.
- El Spa brindará soluciones adecuadas a las necesidades de la sociedad, con personal capacitado, se contará con un especialista responsable de diagnosticar cuál es el problema o necesidad del cliente, con la finalidad de cubrir las necesidades de forma responsable y con garantía.

12.3 IMPACTO AMBIENTAL

Se entiende como impacto ambiental el efecto que produce una acción sobre el medio ambiente en sus distintos aspectos.

Las acciones humanas son los principales motivos que han producido que un bien o recurso natural sufra cambios negativos. Ahora bien, los recursos naturales se encuentran amenazados en todos los sentidos, o sea el agua, el suelo, el aire, son recursos que están siendo afectados por medidas o acciones sin previos estudios que permitan mitigar tales impactos; la minimización del impacto ambiental es un factor preponderante en cualquier estudio que se quiera hacer de un proyecto o acción a ejecutar; con ello se logrará que los efectos secundarios puedan ser positivos o menos negativos. Esta idea de negocio podría generar un impacto ambiental comprometedor debido a que las actividades que se realizarán generarán un alto porcentaje de residuos sólidos, contaminación del agua y el aire por los productos utilizados, alto consumo de agua, alto consumo de energía y el uso de productos desechables, entre otros.

12.3.1 Programa de Gestión Ambiental.

Es importante trabajar de acuerdo a unos parámetros que garanticen la preservación del medio ambiente, sin que se afecten en ningún momento los propósitos del CENTRO DE ESTETICA Y ASISTENCIA EN TERAPIA ALTERNATIVA “OMEOMEDI”, para lo cual es primordial tener en cuenta algunos parámetros de producción más limpia.

12.3.2 Estrategias Proactivas. Prevención de la generación de residuos, mediante:

- ✓ Buenas prácticas
- ✓ Mejor control de los procesos
- ✓ Modificaciones de los equipos
- ✓ Cambios tecnológicos
- ✓ Modificación del producto

Su implementación adecuada reduce cargos de conciencia a futuro por decisiones incorrectas, aumenta la rentabilidad, reduce riesgos de accidentes ambientales, además, por lo general es rápida y sencilla su implementación con pequeñas inversiones de capital. Todo lo anterior se debe trabajar bajo unos principios, como el precautorio, de prevención y de integración, con miras a que en un futuro no muy lejano en todas partes se hable un mismo similar en materia de gestión ambiental. Un aspecto negativo para el proyecto es la eliminación de agua como desecho. Con tal fin, se tiene previsto un sistema de alcantarillado adecuado para la eliminación de aguas provenientes del uso de maquinarias y equipos.

12.3.3 Plan de Mitigación de Impactos.

Idealmente cada SPA debería disponer de un comité de protección ambiental. Sus objetivos no necesariamente se deberían centrar en la reducción de costos, sino fundamentalmente en aminorar el impacto ambiental que genere, la reducción del consumo de agua y de energía y el mejor reciclamiento de los residuos sólidos producidos. Las medidas de mitigación ambiental tienen por finalidad evitar o disminuir los efectos adversos del proyecto o actividad, cualquiera que sea su fase de ejecución. Se expresarán en un Plan de Medidas de Mitigación que deberá considerar, a lo menos, una de las siguientes medidas:

- a) Las que impidan o eviten completamente el efecto adverso significativo, mediante la no ejecución de una obra o acción, o de alguna de sus partes.
- b) Las que minimicen o disminuyan el efecto adverso significativo, mediante una adecuada limitación o reducción de la magnitud o duración de la obra o acción, o de alguna de sus partes, o a través de la implementación de medidas específicas. Como el único impacto que genera riesgos en este proyecto es el impacto ambiental, el CENTRO DE ESTETICA Y ASISTENCIA EN TERAPIA ALTERNATIVA “OMEOMEDI”, trabajará continuamente para mitigar los riesgos que éste proyecto implica, entre los cuales tenemos:

Capacitar a todo el personal y especialmente al personal de aseo para realizar una correcta recolección y selección de basuras y dar le un tratamiento especial a las basuras reciclables en el sentido de contratar una empresa de reciclaje y que este material sea entregado directamente a dicha empresa.

- ✓ Las basuras de carácter no reciclable sean también debidamente seleccionadas para garantizar su correcto proceso de descomposición y manejo, ya que gran cantidad será de material altamente contaminado, el cual, por su naturaleza, debe ser separado de los demás residuos.
- ✓ En lo posible utilizar empaques y material ecológico para la protección del medio ambiente.
- ✓ Destinar un aporte anual para la siembra de árboles en las zonas más vulnerables de la región con el fin de contribuir al bienestar ecológico de la misma.
- ✓ Contratar la instalación para el servicio de calentadores de agua que ésta sea por medio de la luz solar y de ésta gastar menos energía, en forma limpia.

13. CAPITULO IV: ANALISIS FINANCIERO

Teniendo en cuenta la información obtenida en el análisis de la información se realiza la proyección económica y financiera del CENTRO DE ESTETICA Y ASISTENCIA EN TERAPIA ALTERNATIVA “OMEOMEDI”. En esta etapa del plan de negocios se calcula el valor de la inversión necesaria y el capital circulante para el periodo inicial, lo cual permitirá tener claro las necesidades financieras y los costos de operación del negocio. A continuación, se presenta en detalle cada una de las proyecciones financieras necesarias para la toma de decisión de inversión.

13.1 PRESUPUESTO INICIAL.

EQUIPOS ESTETICOS			
CANT	Descripcion	Valor Unidad	TOTAL
1	Vapor ozono dual importado	\$290.000	\$290.000
1	Lupa facial-base Magnifier	\$70.000	\$70.000
1	Vacumterapiaevidencesplendor	\$780.000	\$780.000
1	Ultrasonido con pedestal. Evidencesonmaster	\$230.000	\$230.000
1	Kit microdermo. Evidence punta diamante	\$1.950.000	\$1.950.000
1	Presoterapia importada BHT	\$1.190.000	\$1.190.000
1	Tanque parafina	\$550.000	\$550.000
1	Equipo Para Ozonoterapia Digital Equitec Spa	\$2.800.000	\$2.800.000
1	Mantas termovibradoras	\$330.000	\$330.000
1	Vacumterapia profesional con punto de bronceo	\$1.430.000	\$1.430.000
1	Gafas con lupa para realizar tratamientos faciales	\$60.000	\$60.000
1	Gimnasia pasiva evidencce– pro	\$600.000	\$600.000
1	Tensiómetro	\$90.000	\$90.000
1	Balanza de pie	\$45.000	\$45.000
1	Amplificador de sonido	\$700.000	\$700.000
TOTAL			11.115.000,00

MUEBLES Y ENCERES

5	Camas de masajes hidráulica	\$340.000	\$1.700.000
20	Blancos – Sabanas	\$30.000	\$600.000
9	Sillas giratorias	\$148.000	\$1.332.000
1	TV LCD 50"	\$1.200.000	\$1.200.000
1	Archivadores	\$500.000	\$500.000
		TOTAL	\$5.332.000

EQUIPOS DE OFICINA

8	Computadores	\$1.229.000	\$9.832.000
1	Planta telefónica	\$400.000	\$400.000
1	Impresora multifuncional	\$300.000	\$300.000
		TOTAL	10.532.000

14. PROYECCION INVERSION INICIAL

INVERSION INICIAL		
Equipos Estéticos	\$	11.115.000
Muebles Y Enceres	\$	5.332.000
Equipos De Oficina	\$	10.532.000
Capital De Trabajo	\$	250.000.000
TOTAL, INVERSION	\$	276.979.000

14.1 FINANCIACION

Necesidad Financiera	\$	276.979.000
Recursos Propios	\$	170.000.000
Financiación Externa	\$	106.979.000

Para los recursos propios se consolidará por medio de diferente aporte de los socios, para la financiación externa se hará mediante un préstamo al Banco Bancolombia bajo las siguientes condiciones: Entidad: Bancoldex Periodo de Gracia: Se opera sin periodo de gracia Tiempo: 6 años Monto a financiar: \$ 106.979.000 Tasa Anual Vencida: 14.4% efectivo Anual de libre inversión.

Cuota Anual sería de: Durante el periodo de gracia debe cancelar los intereses causados.

Año	Interés
1	\$ 149.770,60
2	\$ 111.609,11
3	\$ 83.765,36
4	\$ 55.882,63
5	\$ 27.960,86

14.2 COSTOS FIJOS

Servicios públicos	Mensual	Anual
Agua	\$100.000	\$1.200.000,00
Luz	\$200.000	\$2.400.000,00
Gas	\$30.000	\$360.000,00
Telefonía e internet	\$100.000	\$1.200.000,00
Arriendo	\$800.000	\$9.600.000,00
Seguro multiriesgo	\$137.500	\$1.650.000,00
Gastos de personal	\$8.589.959	\$103.079.511,36
Gastos de publicidad	\$100.000	\$1.200.000,00
TOTAL	\$10.057.459	\$120.689.511,36

- Los Gastos de personal incluyen todas las contrataciones necesarias para la puesta en marcha de la operación, así como el subsiguiente pago de todo el recurso administrativo.
- Se prevé la incorporación de un fisioterapeuta para el año 2, además de esto la incorporación de una persona de servicios varios para el año 3 y dos masajistas para el año 4.
- Para el pago de alquileres, entre otros gastos se incluyen los mantenimientos y reparaciones necesarias de la maquinaria.
- Por el valor de la inversión y de los equipos, se considera necesario la adquisición de un seguro sobre los bienes.
- Dentro de los suministros de costos fijos tenemos Agua, Luz, Teléfono e Internet.

14.3 ESTADO DE RESULTADOS (Estado de pérdida o ganancia) Proyectado

ESTADO DE RESULTADOS A DICIEMBRE 31						
		2.017	2.018	2.019	2.020	2.021
INGRESOS						
		279.800.000	293.790.000	308.479.500	323.903.475	340.098.649
VENTA	279.800.000					
TOTAL INGRESOS OPERACIONALES		279.800.000	293.790.000	308.479.500	323.903.475	340.098.649
COSTO DE VENTAS						
		44.300.000	45.629.000	46.997.870	48.407.806	49.860.040
Costo Fijo (20% del costo)	8.860.000					
Costo Variable (80%)	35.440.000					
TOTAL COSTO DE VENTA		44.300.000	45.629.000	46.997.870	48.407.806	49.860.040
UTILIDAD EN VENTAS		235.500.000	248.161.000	261.481.630	275.495.669	290.238.608
GASTOS OPERACIONALES						
		120.689.508	124.310.193	128.039.499	131.880.684	135.837.105
Gastos de Administracion	24.137.902					
Gastos en Ventas	96.551.606					
DEPRECIACION		5.395.800	5.395.800	5.395.800	5.395.800	5.395.800
AMORTIZACION		0	0	0	0	0
GASTOS FINANCIEROS		149.771	111.609	83.765	55.883	27.961
TOTAL GASTOS OPERACIONALES		126.235.079	129.817.602	133.519.064	137.332.367	141.260.865
UTILIDAD OPERACIONAL ANTES DE IMPUESTO		109.264.921	118.343.398	127.962.566	138.163.302	148.977.743
IMPUESTOS						
		36.057.424	39.053.321	42.227.647	45.593.890	49.162.655
33%						
UTILIDAD DEL EJERCICIO		73.207.497	79.290.076	85.734.919	92.569.413	99.815.088

14.4 BALANCE GENERAL INICIAL

BALANCE GENERAL A 31 DE DICIEMBRE									
ACTIVOS				2018	2019	2020	2021	2022	
DISPONIBLE				78.603.297	84.685.876	91.130.719	97.965.213	105.210.888	
Caja				78.603.297	84.685.876	91.130.719	97.965.213	105.210.888	
PROPIEDAD PLANTA Y QUIPO									
EQUIPO DE COMPUTO Y COMUNICACIÓN				8.529.000	8.529.000	8.529.000	8.529.000	8.529.000	
MUEBLES DE OFICINA				3.000.000					
EQUIPOS DE OFICINA				5.529.000					
INSTALACION DE REDES ELECTRICAS Y DE SISTEMAS				0					
PROGRAMA DE FACTURACION				0					
DEPRECIACION ACUMULADA				5.395.800	7.101.600	12.497.400	17.893.200	23.289.000	
MUEBLES DE OFICINA				5.395.800					
EQUIPOS DE OFICINA				0					
INSTALACION DE REDES ELECTRICAS Y DE SISTEMAS				0					
OTROS ACTIVOS				250.850.000	250.850.000	250.850.000	250.850.000	250.850.000	
CAPITAL DE TRABAJO				250.000.000					
PUBLICIDAD				0					
ESTUDIO				850.000					
IMPREVISTOS				0					
TOTAL ACTIVOS				411.189.795	421.649.153	429.143.038	437.416.225	446.511.776	
PASIVOS									
CUENTAS POR PAGAR				0		0	0	0	
Retenciones de Iva a Simplificados				0					
BANCOS				0					
OTROS PASIVOS CORRIENTES				0	0				
IMPORENTA				0	36.057.424	39.053.321	42.227.647	45.593.890	49.162.655
INGRESOS RECIBIDOS PARA TERCEROS				0					
Valores recibidos para terceros				0					
TOTAL PASIVOS				36.057.424	39.053.321	42.227.647	45.593.890	49.162.655	
PATRIMONIO									
CAPITAL SOCIAL				50.955.450	45.510.450	54.017.550	54.017.550	54.017.550	
APORTES SOCIALES									
Aportes ordinarios				16.155.450					
UTILIDADES RETENIDAS					118.343.398	127.962.566	138.163.302	148.977.743	
Utilidad del Periodo				0	73.207.497	79.290.076	85.734.919	92.569.413	99.815.088
TOTAL PATRIMONIO				124.162.947	243.143.924	181.980.116	284.750.265	302.810.381	
TOTAL PASIVO MAS PATRIMONIO				160.220.371	282.197.245	224.207.762	330.344.155	351.973.036	
				-250.969.423	-139.451.908	-204.935.276	-107.072.071	-94.538.740	

15. CONCLUSIONES

El análisis del entorno competitivo reveló números muy alentadores acerca del crecimiento y comportamiento del mercado de SPA a nivel del sector y la región. Se encontró que el mercado de SPAS ha estado creciendo a una tasa del cincuenta por ciento anual desde el año dos mil siete, la inversión para iniciar un SPA de día es aproximadamente de 250 millones de pesos; otro dato importante fue que en la zona del municipio de Girardot se encontró un mercado relativamente joven en lo que respecta a negocios de SPA holísticos.

Las propuestas innovadoras como un centro de medicina alternativa, valoración nutricional, psicología y terapias holísticas no han sido integradas en su totalidad a los pocos SPAS holísticos en la región, lo cual es una ventaja competitiva gracias a la demanda creciente de los habitantes de las grandes ciudades por encontrarse con la naturaleza y la búsqueda del equilibrio mente-espíritu.

El plan identificó los segmentos de mercados, definió los servicios, estructuró el plan de publicad, ventas y operaciones para finalmente comprobar que el negocio es rentable, los números indicaron que en el transcurrir del tiempo se recupera la inversión y que la tasa interna de retorno a cinco años es del ochenta por ciento.

BIBLIOGRAFÍA

ASOCIACIÓN INTERNACIONAL DE SPAS, "THE U.S. SPA INDUSTRY - FAST FACTS", obtenido el 31 de enero del 2011, desde [HTTP://WWW.EXPERIENCEISPA.COM/EDUCATION-RESOURCES/FACTS-ANDFIGURES/INDUSTRY-STATS/](http://www.experienceispa.com/education-resources/facts-andfigures/industry-stats/)

ASOCIACIÓN LATINOAMERICANA DE SPAS, "Estadísticas", obtenido el 31 de enero del 2011, desde [WWW.EXPSPA.COM](http://www.expspa.com)

BANCO DE MÉXICO, "Indicadores principales", obtenido el 9 de febrero del 2011, desde <http://www.banxico.org.mx/>.

BANCO DE MÉXICO, "Indicadores de inflación Octubre – Diciembre 2010" obtenido el 9 de febrero del 2011, desde <http://www.banxico.org.mx/publicaciones-y-discursos/publicaciones/informesperiodicos/trimestral-inflacion/index.html>

CASTAÑOS, Nora y RUIZ, José Manuel, "Abre tu propio SPA", obtenido el 31 de enero del 2011, desde <http://www.soyentrepreneur.com/home/index.php?p=nota&idNota=5060>

EL CHANTE SPA, "Terapias", obtenido el 22 de febrero del 2011, desde <http://www.elchantespa.com/dservicios.php>

COYLE HOSPITALITY GROUP AND WTS INTERNATIONAL, "New priorities of today's SPA consumers", obtenido el 4 de febrero del 2011, desde <http://www.coylehospitality.com/wp-content/uploads/2010/07/Coyle-Global-Spa-Report.pdf>

COYLE HOSPITALITY GROUP AND WTS INTERNATIONAL, "Sentiment research report 2009", obtenido el 4 de febrero del 2011, desde <http://www.coylehospitality.com/spas/coyle-hospitality-group-wts-internationalspa-sentiment-research-report-2009/>.

BODY ORGANIC, "Tratamientos", obtenido el 22 de febrero del 2011, desde http://www.spaengadalajara.com/tratamientos_spa_en_guadalajara.html

FACEBOOK, “Anuncios de facebook”, obtenido el 21 de abril del 2011, desde http://www.facebook.com/advertising/?campaign_id=402047449186&placement=pflo&extra_1=0

GOOGLE MEXICO, “Soluciones empresariales”, obtenido el 21 de abril del 2011, desde <http://www.google.com.mx/services/>

GOOGLE MEXICO, “SPAS near Guadalajara, Jalisco”, obtenido el 13 de febrero del 2011, desde la base de datos de Google maps data de Google Mexico e INEGI

INSTITUTO MEXICANO DE NORMALIZACIÓN Y CERTIFICACIÓN A.C., SPAS – requisitos básicos de calidad en el servicios e instalación, IMNC, Mexico, 2004

INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICA Y GEOGRAFÍA, “Información nacional por entidad federativa y municipios”, obtenido el 13 de febrero del 2011, desde <http://www.inegi.org.mx/sistemas/mexicocifras/MexicoCifras.aspx?e=0&m=0&se c=M>

INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICA Y GEOGRAFÍA, “Indicadores de ocupación y empleo”, obtenido el 9 de febrero del 2011, desde <http://www.inegi.org.mx/Sistemas/temasV2/Default.aspx?s=est&c=25433&t=1>.

INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICA Y GEOGRAFÍA, “Producto Interno bruto”, obtenido el 9 de febrero del 2011, desde la base de datos banco de información económica del INEGI.

JOHNSON, Gerry, Dirección estratégica, Pearson education, Madrid, 2006, Séptima edición.

MY EGO SPA, “Terapias y masajes”, obtenido el 22 de febrero del 2011, desde <http://www.myego.com.mx/default.html>

NICE TAN CAMAS DE BRONCEADO, “Paquetes”, obtenido el 21 de febrero del 2011, desde <http://www.nicetan.com.mx/4643.html>

ORGANIZACIÓN MUNDIAL DE LA SALUD, “Enfermedades cardiovasculares”, obtenido el 31 de Enero del 2011 desde <http://www.who.int/mediacentre/factsheets/fs317/es/index.html>

ORGANIZACIÓN MUNDIAL DE LA SALUD, “Estrategia de la OMS sobre medicina tradicional 2002–2005” , obtenido el 1 de septiembre del 2010 desde http://whqlibdoc.who.int/hq/2002/WHO_EDM_TRM_2002.1_spa.pdf

OXFORD UNIVERSITY, “PESTEL análisis of the macro-environment”, obtenido el 5 de marzo del 2011 desde www.oup.com/uk/orc/bin/9780199296378/01student/additional/page_12.htm

PIEDRA VIVA SPA, “Menú de Servicios”, obtenido el 21 de febrero del 2011, desde <http://www.spapiedraviva.com/>

PORTER, Michael E, “The Five Competitive Forces That Shape Strategy”, reimpresión de Harvard business review, documento número R0801E, enero 2008

SECCIÓN AMARILLA, “Internet”, obtenido el 21 de abril del 2011 desde <http://www.seccionamarilla.com.mx/Anunciate/Internet.aspx> SECRETARIA DE TURISMO, “Manual para el diseño de herramientas de comercialización de SPAS”, obtenido el 1 de septiembre del 2010, desde http://www.sectur.gob.mx/work/models/sectur/Resource/14748/ManualTurismoS_alud.pdf

TWITTER, “Twitter for business”, obtenido el 21 de abril del 2011, desde <http://business.twitter.com/>

YOUTUBE, LLC, “Broadcast your campaign”, obtenido el 21 de abril del 2011, desde http://www.youtube.com/t/advertising_overview

ANEXOS

Anexo 1. Encuestas

1. Marque las alternativas correspondientes a cada pregunta.

Género

Masculino

Femenino

2. ¿Sabe si Existe en Girardot un centro de estética y asistencia en terapia alternativa que le ofrezca todos los servicios de un Centro de Relajamiento Anti estrés como en las grandes ciudades?

Sí

No

3. ¿Con que frecuencia asiste a un Centro de estética y asistencia en terapia alternativa?

a. Una vez a la semana

b. Una vez cada quince días

c. Una Vez al mes

d. Nunca

4. ¿Cuál es el motivo principal por el cual usted asiste o asistiría a un centro de estética y asistencia en terapia alternativa?

a. Tratamientos Faciales

b. Tratamientos Corporales

c. Masajes Relajantes

d. Reducción de Peso

e. Patologías no manejadas por medicina tradicional

5.- ¿Qué características quisiera que tuviera el centro de estética y asistencia en terapia alternativa?

a. Ambiente agradable

b. Diversidad en servicios

c. Profesionalismo

d. Horarios Flexibles

6. ¿Qué tipo de servicios le gustaría que tuviera el centro de estética y asistencia en terapia alternativa?

- | | | | |
|------------------------------------|--------------------------|----------------------------|--------------------------|
| a. Servicio de masajes Anti estrés | <input type="checkbox"/> | b. Aromaterapia | <input type="checkbox"/> |
| c. Sauna | <input type="checkbox"/> | d. Musicoterapia | <input type="checkbox"/> |
| e. Tratamientos Faciales | <input type="checkbox"/> | f. Tratamientos Corporales | <input type="checkbox"/> |
| g. Acupuntura | <input type="checkbox"/> | h. Reiken | <input type="checkbox"/> |

7.- ¿De qué manera le gustaría poder contratar el servicio de centro de estética y asistencia en terapia alternativa?

- | | | | |
|--------------|--------------------------|-------------|--------------------------|
| a. Personal | <input type="checkbox"/> | b. Teléfono | <input type="checkbox"/> |
| c.- internet | <input type="checkbox"/> | | |