



# **UNIVERSIDAD TÉCNICA PARTICULAR DE LOJA**

*La Universidad Católica de Loja*

**TITULACION DE LICENCIADO EN CONTABILIDAD Y AUDITORIA, CONTADOR  
PÚBLICO AUDITOR**

*Creación de un centro de diversión terapéutica para los Latinos  
residentes en la ciudad de Lorca provincia de Murcia-España*

*Trabajo de fin de titulación*

**AUTORA : González Guevara, Bolivia Leonor**

**DIRECTOR : Vanegas Villa, Medardo Ángel, Ing.**

**CENTRO INTERNACIONAL MADRID – LONDRES**

**2013**



*Esta versión digital, ha sido acreditada bajo la licencia Creative Commons 4.0, CC BY-NY-SA: Reconocimiento-No comercial-Compartir igual; la cual permite copiar, distribuir y comunicar públicamente la obra, mientras se reconozca la autoría original, no se utilice con fines comerciales y se permiten obras derivadas, siempre que mantenga la misma licencia al ser divulgada. <http://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/deed.es>*

*2017*

## CERTIFICACIÓN

Ingeniero.

Medardo Ángel Vanegas Villa,

DIRECTOR DEL TRABAJO DE FIN DE TITULACION

### CERTIFICA:

Que el presente trabajo denominado: “Creación de un Centro de Diversión Terapéutica para los Latinos Residentes en la Ciudad de Lorca Provincia de Murcia-España” realizado por la profesional en formación: González Guevara Bolivia Leonor; cumple con los requisitos establecidos en las normas generales para la Graduación en la Universidad Técnica Particular de Loja, tanto en el aspecto de forma como de contenido, por lo cual me permito autorizar su presentación para los fines pertinentes.

Loja, Junio del 2013

.....  
Ing. Medardo Ángel Vanegas Villa  
DIRECTOR DE TESIS

## CESIÓN DE DERECHOS

Yo **González Guevara Bolivia Leonor**, declaro ser autora del presente trabajo y eximo expresamente a la Universidad Técnica Particular de Loja y a sus representantes legales de posibles reclamos o acciones legales.

Adicionalmente declaro conocer y aceptar la disposición del Art. 67 del Estatuto Orgánico de la Universidad Técnica Particular de Loja que en su parte pertinente textualmente dice: “Forman parte del patrimonio de la Universidad la propiedad intelectual de investigaciones, trabajos científicos o técnicos y tesis de grado que se realicen a través, o con el apoyo financiero, académico o institucional (operativo) de la Universidad.

Loja, Junio del 2013

.....

González Guevara Bolivia Leonor

C.I. 120280307-6

## AGRADECIMIENTO

*Un especial agradecimiento a la Universidad Técnica Particular de Loja por permitirme realizar mis estudios profesionales, a través de la Educación a Distancia.*

*A los maestros que pusieron todo su esfuerzo para hacerme llegar sus conocimientos.*

*Manifiesto mi más profundo agradecimiento para el Ing. Medardo Ángel Vanegas Villa por haberme guiado y orientado acertadamente en el desarrollo del presente trabajo.*

*Finalmente agradezco a todas las personas que de una u otra manera se involucraron, me ayudaron y colaboraron con mi proyecto.*

*Leonor González Guevara.*

AUTORA TESIS

## DEDICATORIA

*A mi madre Carmen, que con su característica bondad guio mi camino y me brindó su amor incondicional educándome de la mejor manera y dándome ejemplos de tenacidad, perseverancia, amor... todo lo bueno que tengo se lo debo a ella, y a pesar de que ya no está físicamente.. ella será la base de mi vida y vivirá en mi corazón. Realmente no existen palabras para poder expresar toda mi gratitud. Te amaré por siempre.*

*Leonor González Guevara.*

AUTORA TESIS

# ÍNDICE DE CONTENIDOS

CERTIFICACIÓN .....	II
CESIÓN DE DERECHOS .....	III
AGRADECIMIENTO.....	IV
DEDICATORIA.....	V
ÍNDICE DE CONTENIDOS .....	VI
ÍNDICE DE GRAFICOS .....	VIII
ÍNDICE DE CUADROS .....	IX
RESUMEN EJECUTIVO .....	XI
TEMA DEL PROYECTO DE TESIS .....	1
PROBLEMÁTICA PLANTEADA.....	2
JUSTIFICACIÓN .....	3
OBJETIVO GENERAL. ....	4
OBJETIVOS ESPECÍFICOS .....	4
<b>CAPÍTULO I .....</b>	<b>5</b>
1    EL SECTOR DE SERVICIOS EN LA ECONOMÍA .....	6
1.2  SECTOR DE SERVICIOS EN ESPAÑA. ....	6
1.3  LAS EMPRESAS DE SERVICIOS.....	6
1.4  CARACTERÍSTICAS DE LAS EMPRESAS DE SERVICIOS .....	7
1.5  FACTORES QUE JUSTIFICAN EL DESARROLLO DE LOS SERVICIOS.....	8
1.6  RAZONES PARA CREAR SERVICIOS.....	9
1.7  INNOVACIÓN Y PROGRESO TÉCNICO EN EL SECTOR DE SERVICIOS.....	10
<b>CAPITULO II.....</b>	<b>12</b>
2    ESTUDIO DE MERCADO .....	13
2.1  PRODUCTO (SERVICIO DE TERAPIAS) .....	13
2.2  ANÁLISIS DE LA DEMANDA.....	13
<i>Plan de Información Primaria</i> .....	13
<i>Entrevista</i> .....	14
<i>Evolución de los segmentos del mercado</i> .....	15
<i>Aplicación de la encuesta</i> .....	18
<i>Análisis de la encuesta</i> .....	19
2.3  OFERTA DEL MERCADO .....	19
<i>Competidores Indirectos:</i> .....	19
<i>Estudio de la Oferta</i> .....	20
<i>Estimación de la Oferta</i> .....	20
DISEÑO DEL PRODUCTO .....	20
2.4  OBJETIVOS DEL ESTUDIO DEL MERCADO .....	21
2.5  DEMANDA DEL MERCADO .....	22
<i>Demanda Insatisfecha:</i> .....	22

<i>Resultados de la Demanda</i> .....	23
<i>Análisis de la Información</i> .....	32
2.6 CONCLUSIONES DEL ESTUDIO DEL MERCADO .....	32
2.7 RECOMENDACIONES.....	33
<b>PRECIO.....</b>	<b>33</b>
2.8 MARKETING .....	34
2.9 LOGOTIPO .....	35
<b>CAPITULO III.....</b>	<b>37</b>
3 ESTUDIO TÉCNICO.....	38
3.1 TAMAÑO Y LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO.....	38
<i>Capacidad Instalada</i> .....	39
3.2 MACRO LOCALIZACIÓN .....	39
3.3 MICRO LOCALIZACIÓN .....	40
3.4 INGENIERÍA DEL PROYECTO .....	42
3.5 DIFERENCIAS DEL CENTRO DE DIVERSIÓNTERAPÉUTICA CON SUSTITUTOS PRINCIPALES.....	42
3.6 DESCRIPCIÓN DE LAS TERAPIAS Y SUS BENEFICIO .....	43
3.7 PROCESO DEL SERVICIO DE TERAPIAS.....	44
3.8 DISEÑO Y DISTRIBUCIÓN DE LA PLANTA.....	45
3.9 ASPECTOS ADMINISTRATIVOS Y LEGALES.....	46
3.10 ORGANIGRAMAS.....	48
3.11 FUNCIONES DE LA JUNTA GENERAL .....	50
<b>CAPITULO IV.....</b>	<b>52</b>
4 ESTUDIO ECONÓMICO FINANCIERO .....	53
4.1 INVERSIONES.....	53
<i>Activos Fijos</i> : .....	54
<i>Activos Intangibles</i> .....	54
4.2 CAPITAL DE TRABAJO .....	55
4.3 PROVISIÓN DEL GASTO .....	55
4.4 RESUMEN DE LA INVERSIÓN .....	55
4.5 FINANCIAMIENTO .....	56
4.6 ESTADO DE SITUACIÓN INICIAL.....	56
4.7 EVALUACIÓN ECONÓMICA Y FINANCIERA.....	57
4.8 ESTRUCTURA DE FINANCIAMIENTO.....	58
4.9 TABLA DE AMORTIZACIÓN .....	58
4.10 DETALLE DE INGRESOS .....	59
4.11 PRECIO Y CANTIDADES PROYECTADAS.....	59
4.12 INGRESOS PROYECTADOS .....	59
4.13 EGRESOS PROYECTADOS.....	60
4.14 GASTOS .....	60
4.15 ESTADO DE RESULTADOS .....	62

4.16	FLUJO NETO DE FONDOS.....	63
<b>CAPITULO V.....</b>		<b>64</b>
5	EVALUACIÓN FINANCIERA .....	65
5.1	VALOR PRESENTE NETO VPN .....	65
5.2	LA TASA INTERNA DE RETORNO (TIR).....	65
5.3	RELACIÓN BENEFICIO/COSTO O ÍNDICE DE RENTABILIDAD .....	66
5.4	PERIODO DE RECUPERACIÓN .....	67
	CO NCLUSIONES .....	69
	RECOMENDACIONES .....	70
<b>BIBLIOGRAFÍA .....</b>		<b>71</b>
<b>ANEXOS .....</b>		<b>73</b>

## ÍNDICE DE GRAFICOS

GRÁFICO Nº 1.	EVOLUCIÓN DE EXTRANJEROS EMPADRONADOS EN ESPAÑA. ....	16
GRÁFICO Nº 2.	DISTRIBUCIÓN DE INMIGRANTES EN ESPAÑA SEGÚN PAÍSES. ....	17
GRÁFICO Nº 3.	CRECIMIENTO DE LATINOS EN LORCA.....	17
GRÁFICO Nº 4.	PREGUNTA DE ENCUESTA.....	23
GRÁFICO Nº 5.	PREGUNTA DE ENCUESTA.....	23
GRÁFICO Nº 6.	PREGUNTA DE ENCUESTA.....	24
GRÁFICO Nº 7.	PREGUNTA DE ENCUESTA.....	24
GRÁFICO Nº 8.	PREGUNTA DE ENCUESTA.....	25
GRÁFICO Nº 9.	PREGUNTA DE ENCUESTA.....	25
GRÁFICO Nº 10.	PREGUNTA DE ENCUESTA.....	26
GRÁFICO Nº 11.	PREGUNTA DE ENCUESTA.....	26
GRÁFICO Nº 12.	PREGUNTA DE ENCUESTA.....	28
GRÁFICO Nº 13.	PREGUNTA DE ENCUESTA.....	28
GRÁFICO Nº 14.	PREGUNTA DE ENCUESTA.....	29
GRÁFICO Nº 15.	PREGUNTA DE ENCUESTA.....	29
GRÁFICO Nº 16.	PREGUNTA DE ENCUESTA.....	30
GRÁFICO Nº 17.	PREGUNTA DE ENCUESTA.....	30
GRÁFICO Nº 18.	PREGUNTA DE ENCUESTA.....	31
GRÁFICO Nº 19.	PREGUNTA DE ENCUESTA.....	32
GRÁFICO Nº 20.	CUADRO Nº MAPA DEL TÉRMINO MUNICIPAL DE LORCA. ....	40
GRAFICO Nº 21.	CROQUIS DE UBICACIÓN.....	41
GRAFICO Nº 22.	PROCESO SERVICIO TERAPIAS.....	44
GRAFICO Nº 23.	DISTRIBUCIÓN DE LA PLANTA .....	45

GRÁFICO Nº 24. ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL.....	48
GRÁFICO Nº 25. ORGANIGRAMA POSICIONAL .....	49
GRÁFICO Nº 26. ORGANIGRAMA FUNCIONAL .....	49

## ÍNDICE DE CUADROS

CUADRO Nº 1. DISTRIBUCIÓN SECTORIAL EMPRESAS ESPAÑOLAS Y PORCENTAJE TOTAL, 2009. ....	7
CUADRO Nº 2: SEGMENTACIÓN DEL MERCADO.....	15
CUADRO Nº 3. OFERTA ESTIMADA EN EL MERCADO.....	20
CUADRO Nº 4. CLASIFICACIÓN DE LA INFORMACIÓN.....	22
CUADRO Nº 5. DEMANDA INSATISFECHA.....	22
CUADRO Nº 6. PREGUNTA DE ENCUESTA.....	27
CUADRO Nº 7. TAMANO DEL PROYECTO.....	38
CUADRO Nº 8. MATRIZ DE MICRO LOCALIZACIÓN.....	41
CUADRO Nº 9. PLANIFICACION HORARIA DE LAS TERAPIAS .....	43
CUADRO Nº 10. EQUIPOS Y ARTÍCULOS PARA EL CENTRO .....	46
CUADRO Nº 11. PERSONAL PARA EL CENTRO .....	50
CUADRO Nº 12. ACTIVOS FIJOS:.....	54
CUADRO Nº 13. ACTIVOS INTANGIBLES (DIFERIDOS) .....	54
CUADRO Nº 14. AMORTIZACIÓN INTANGIBLE .....	54
CUADRO Nº 15. PROVISIÓN DEL GASTO.....	55
CUADRO Nº 16. RESUMEN DE LA INVERSIÓN .....	55
CUADRO Nº 17. FINANCIAMIENTO .....	56
CUADRO Nº 18. ESTADO DE SITUACIÓN INICIAL .....	56
CUADRO Nº 19. TASA DE DESCUENTO .....	57
CUADRO Nº 20. ESTRUCTURA DE FINANCIAMIENTO.....	58
CUADRO Nº 21. AMORTIZACIÓN DEL PRÉSTAMO DEL BANCO BBVA.....	58
CUADRO Nº 22. INGRESOS PREVISTOS EL CENTRO DIVERSIÓN TERAPÉUTICA ....	59
CUADRO Nº 23. INGRESOS PROYECTADOS.....	59
CUADRO Nº 24. EGRESOS PROYECTADOS.....	60
CUADRO Nº 25. GASTOS ADMINISTRATIVOS .....	60
CUADRO Nº 26. PROYECCIÓN DE VENTAS.....	61
CUADRO Nº 27. GASTO FINANCIERO .....	61
CUADRO Nº 28. ESTADO DE RESULTADOS .....	62
CUADRO Nº 29. FLUJO NETO DE FONDOS .....	63

CUADRO N° 30. VALOR PRESENTE NETO.....	65
CUADRO N° 31. TASA INTERNA DE RETORNO .....	66
CUADRO N° 32. RELACION BENEFICIO COSTO.....	67
CUADRO N° 33. PERIODO DE RECUPERACION.....	67
CUADRO N° 34. RESUMEN DEL PROYECTO .....	68

## RESUMEN EJECUTIVO

El resultado de esta investigación sugiere que en la actualidad en Lorca al igual que en otros centros urbanos en el mundo, el nivel de stress, presión y ansiedad se ha incrementado en la sociedad en general. El alto número de emigrantes latinoamericanos y en especial ecuatorianos motivó la iniciativa de presentar un proyecto privado que brinde una potencial fuente de ingresos pero que al mismo tiempo cumpla una labor social.

El encontrar terapias alternativas de relajación que en principio tengan aceptación y que potencialmente pueda establecerse a largo plazo, determino el explorar varias posibilidades aparte del ejercicio convencional en un gimnasio.

Analizando el nivel socio-económico y cultural de la comunidad latinoamericana las opciones más viables para captar la atención de potenciales entusiastas-clientes fue el baile, el canto, la risa y finalmente las terapias alternativas, el resultado potencial es positivo y existe un gran nivel de expectativa en el proyecto, la ejecución del mismo ayudará al emigrante a hacer la carga laboral, la integración social y la nostalgia por la familia y la distancia del país de origen más fácil.

## Abstracts

The result of this research suggests that currently in Lorca as well as in other urban centers around the world, the level of stress, pressure and anxiety has increased in society in general. The high number of emigrants from Latin American countries and especially Ecuadorians motivated the initiative to present a project that provides a potential source of income but at the same time fulfills a social work. Finding alternative relaxation therapies that in principle have acceptance and that can be established in the long term, I determined to explore several possibilities aside from the conventional exercise in a gym. Analyzing the socio-economic and cultural level of the Latin American community, more viable options to capture the attention of potential customer-enthusiasts were dancing, singing, laughter and finally alternative therapies, the potential outcome is positive and there is a high level of expectation in the project, the execution of the migrant to do the workload, social integration and nostalgia for the family and the distance of the country of origin easier.

## **TEMA DEL PROYECTO DE TESIS**

“Creación de un Centro de Diversión Terapéutica para los Latinos Residentes en la Ciudad de Lorca Provincia de Murcia-España “

## **PROBLEMÁTICA PLANTEADA**

La búsqueda de una exagerada belleza corporal, el estrés laboral, la depresión por la añoranza de nuestros seres queridos, la ansiedad por nuestros recuerdos desde el viejo mundo; son fenómenos que están presentes en la comunidad latina de esta zona de Lorca provincia de Murcia-España y en general en todo este país donde residimos los latinoamericanos, dando como resultado una baja autoestima por sentirnos solos y lejos de todo lo nuestro y de lo que queremos.

Actualmente los latinos residentes en España observan como desciende su vitalidad diaria, su buen humor, su alegría por vivir. Todo se vuelve preocupación y angustia, las personas sufren de insomnio se sumergen en el alcohol, la droga y se abandonan al libertinaje.

Vivimos tan apresuradamente que no podemos siquiera alimentarnos sino que comer lo que tenemos al alcance en ese momento perjudicando totalmente nuestro organismo. Como vemos esta realidad se torna viciosamente maléfica para nuestra vida, pues nos sentimos incapaces de revertir esta situación.

Por ello, es que en los países latinos se ha desatado una fiebre de practicar nuevas y eficaces terapias, con mayor intensidad en México, Venezuela y en menor proporción en Centroamérica, esto nos permite aprovechar que los migrantes ya tienen la cultura terapéutica en sus países de origen.

La forma intensa de hacer nuestras actividades y el exceso de trabajo impiden evaluar acciones que permitan la solución, desencadenando en enfermedades físicas y emocionales, las mismas que se pueden contrarrestar si existieran Centros de Diversión Terapéutica para Latinos como el que yo quiero incursionar en mi proyecto.

A nivel mundial y en especial en Europa, lamentablemente la realidad es la misma y sobre todo con los migrantes latinoamericanos, este fenómeno cada vez está tocando fondo debido a esto en la actualidad puedo decir que he encontrado una solución para combatir parte de este problema.

Existe una carencia muy importante en este terreno y dar respuesta a ello es uno de los principales impulsos para la creación del Centro de Diversión Terapéutica. No se trata sólo de una idea, sino de un negocio rentable que está registrado a nivel internacional.

Razones como esta hacen que me complazca realizar este proyecto y por ende crear una cultura de diversión terapéutica, ubicada cerca de mi hogar.

## **JUSTIFICACIÓN**

Con los antecedentes ya manifestados sobre los problemas y necesidades que requerimos los seres humanos se presentan varios justificantes para realizar la presente investigación.

Primero, durante el crecimiento y desarrollo del ser humano, éste se relaciona continuamente con muchas formas de ansiedad y tensión en sus actividades cotidianas y la relajación está indicada en muchas alteraciones de la salud como el insomnio, la hipertensión, el dolor de cabeza, la ansiedad flotante, depresión, cansancio, el asma, la tensión en general y todas las formas en que se necesita cierto control sobre sí mismo.

Segundo, las personas vivimos cada vez con un ritmo más acelerado de existencia, la gran sobrecarga de estímulos que tenemos en nuestro vivir de cada día, incluidos los niños, nos lleva a un estado de tensión permanente, que abre el paso a considerar una nueva necesidad de cuidado físico y psíquico que nos acerque de alguna manera a una mejor forma de vivir.

Tercero, la tensión y los estados emocionales en general pueden tener una gran importancia en la aparición de numerosos trastornos psicosomáticos. De todos es conocido que un nivel de estrés considerado en un nivel bajo además de muchas veces inevitable, puede ser positivo. Sin embargo cuando éste nivel es en exceso, perjudica la salud mental, emocional y física, pudiendo incluso llegar a ser mortal.

Por ello la creación de esta clase de centros de relajación hará posible brindar los servicios a personas que necesitan y de esa manera ayudar a paliar los problemas ya manifestados.

Estamos viviendo un cambio social muy importante desde lo emocional y no estamos preparados... no hay información, no hay pautas. La medicina ha evolucionado mucho en el plano del tratamiento físico y mental pero se ha avanzado poco en el nivel emocional. Existe esta carencia muy importante en este terreno y dar respuesta a ello es uno de los principales impulsos para la creación del Centro de Diversión Terapéutica. No se trata sólo de una idea, sino de un negocio rentable que está registrado a nivel internacional.

Por último y de igual importancia que los anteriores, la creación de nuevas empresas permite generar no sólo fuentes de empleo, sino también un desarrollo económico y social dentro de un país.

Por las situaciones expuestas se justifica la realización del Plan de negocios para la creación, implementación y funcionamiento de una empresa de servicios terapéuticos para los migrantes Latinos residentes en Lorca.

## **OBJETIVO GENERAL.**

Crear un Centro de Diversión Terapéutica para los Residentes Latinos en la ciudad de Lorca con la finalidad de optimizar e incentivar el desarrollo espiritual y emocional en cada persona, promoviendo un cambio hacia la plenitud de vida.

## **OBJETIVOS ESPECÍFICOS**

- Determinar la demanda insatisfecha del servicio
- Definir la macro localización, micro localización y distribución de espacio del Centro de Diversión Terapéutica Latino.
- Establecer el monto de la inversión para llevar a cabo el proyecto.

# CAPÍTULO I

## EL SECTOR SERVICIOS EN LA ECONOMÍA



# **1 EL SECTOR DE SERVICIOS EN LA ECONOMÍA**

## **1.1 Pequeña y Mediana Empresa**

## **1.2 Sector de servicios en España.**

En la actualidad el sector de servicios representa en torno a dos tercios del valor añadido y del empleo en la mayoría de las economías desarrolladas. En él se engloban las actividades más dinámicas, aquellas que lideran el proceso e generación de empleo y donde tienen mayor cabida las nuevas formas de relaciones laborales. Además, la creciente interacción entre la industria y los servicios ha tendido a incrementar la influencia de estos últimos sobre la competitividad internacional de una economía y sobre sus resultados comerciales.

A pesar de la enorme y creciente importancia de las ramas de actividad de servicios en las economías desarrolladas, hasta fechas recientes los recursos destinados a su análisis han sido muy inferiores a los dirigidos a las ramas industriales. Las mejoras en lo que se refiere a la disponibilidad de información, que anteriormente era muy limitada, permiten abordar el análisis de este sector desde perspectivas muy diversas. En este sentido, el objeto del presente trabajo es cubrir algunas de las lagunas existentes en el análisis de los servicios españoles, poniendo de manifiesto aquellas características diferenciales que pueden ser esenciales para entender el débil comportamiento de su productividad.

## **1.3 Las empresas de servicios**

Las empresas de servicios son aquellas organizaciones económicas y sociales que prestan un servicio destinado a satisfacer determinadas necesidades en la sociedad, las mismas que se han ido incrementando.

Para estos procesos se requiere de proveedores de servicios, para lo cual se han creado diferentes empresas de servicios que brindan y cumplen con este tipo de actividades. Dichas empresas se han convertido en verdaderos socios de negocios, brindando un servicio especializado y eficiente.

En el ámbito empresarial las empresas de servicios cada vez tienen mayor protagonismo, convirtiéndose en el sector con mayor potencial de crecimiento y de generación de oportunidades laborales. Muchas actividades que antes eran

realizadas por las mismas empresas, son ahora atendidas por las empresas de servicios.

Entre las empresas de servicios que se destacan en España están: de seguridad, comedor, limpieza de oficinas y plantas industriales, cobranzas, administración de personal, de actividades de promociones, servicios comerciales de Call Center, de logística, contabilidad, terapias de relajación, Spas, entre otras.<sup>1</sup>

En España, entre las empresas que prestan servicios de fitness, están los GYM, SPA, centros terapéuticos, etc.

El tamaño de las empresas es apreciablemente distinto según los sectores económicos. La mayor proporción de empresas grandes se concentra en servicios seguida de la industria, donde su distribución agrupa el 55,5% y el 24,7 por ciento de las empresas que emplean a 250 o más asalariados, respectivamente. Sin embargo, la mayor proporción de empresas pequeñas se sitúa en los sectores de resto de servicios y comercio ([www.ipyme.org/.../Retrato\\_PYME\\_2009.pdf](http://www.ipyme.org/.../Retrato_PYME_2009.pdf)).

### **Cuadro N° 1. DISTRIBUCIÓN SECTORIAL DE LAS EMPRESAS ESPAÑOLAS Y PORCENTAJE DEL TOTAL, 2009.**

<b>Industria</b>	<b>Construcción</b>	<b>Comercio</b>	<b>Resto Servicios</b>	<b>TOTAL</b>
229.537	510.909	796.746	1,750.18	3287.374
<b>7%</b>	<b>16%</b>	<b>24%</b>	<b>53%</b>	<b>100%</b>

*Fuente:* INE, DIRCE 2010, (datos a 1 de enero de 2010).

El desglose sectorial de empresas españolas, muestra que el tamaño medio de las empresas del sector denominado resto de servicios como empresas de limpieza, paquetería, clínicas privadas etc., es claramente superior al resto.

#### **1.4 Características de las empresas de servicios**

Ya que el presente proyecto trata de la creación de una empresa de servicios, es necesario mencionar que toda actividad empresarial conduce a un producto, el mismo que puede ser un bien o un servicio. Pero el bien es el resultado tangible de

---

<sup>1</sup>Ben Schneider, Outsourcing

una actividad transformadora en distinto grado, mientras el servicio es una prestación, un esfuerzo o una acción, es algo intangible.

En igual forma las características de las empresas de servicio son diferentes a las de bienes. Las características de las empresas de servicios son:

- El principal insumo que se utiliza para proporcionar el servicio es el recurso humano.
- El producto que se ofrece en las empresas de servicios no es tangible como el de las empresas de bienes.
- Los gastos indirectos de fabricación y, en general, los costos indirectos tienen cada día un papel más relevante en el total del costo de un servicio.
- En algunas áreas de servicios no hay productos similares, razón por la cual no se puede reducir el costo utilizando el concepto de producción en serie.
- En las empresas de servicios existe una fuerte orientación a costear con base en órdenes, en lugar de procesos.
- Por lo general, la materia prima no representa un porcentaje significativo dentro del costo total como en las empresas de bienes.
- El precio del servicio se determina antes de conocer el costo.
- Como cada orden de un cliente es un trabajo distinto, implica un conjunto de actividades diferentes con una cuenta o número de orden específico.
- Dependiendo del tipo de servicio que se presta, la rentabilidad de la empresa de servicios dependerá de la empresa de bienes y viceversa.  
(www.monografías.com)

### 1.5 Factores que justifican el desarrollo de los servicios

Existen varios factores que explican el desarrollo de los servicios, los mismos que se los agrupa en: económicos, demográficos, sociológicos, técnicos y legales, entre los cuales tenemos:

- **Globalización de la economía.** La globalización es una realidad que se está dando en todo el planeta, y las empresas buscan alinearse a las exigencias y tendencias del mundo.  
Grandes compañías actúan en mercados globales y ello genera gran demanda de servicios, ya que les permite obtener ventajas competitivas.

- **Economías de escala.** Las organizaciones de gran dimensión por asuntos de especialización o eficiencia y economías de escala, encargan a terceros muchas tareas debido a las ventajas que se derivan de la especialización del trabajo propia y ajena, al no hacerlo se ocasionaría una estructura compleja y poco flexible que perjudicaría la productividad derivada del alto grado de especialización.

En la mayoría de ocasiones, por asuntos de especialización, por ser temporales o esporádicos, es más favorable y hasta rentable subcontratar los servicios que mantenerlos o desarrollarlos internamente. Las inconveniencias que se presentan por razones económicas, de organización y control, explican que se acuda a terceros para obtener determinados servicios<sup>2</sup>.

## 1.6 Razones para crear servicios

Una vez dados a conocer los factores que explican el desarrollo de los servicios, es importante explicar las razones para crear servicios.

Aunque existen algunos motivos para crear servicios, se mencionarán los siguientes como principales:

- **Motivos de mercado.** En muchos países, van apareciendo nuevas necesidades y el mercado las demanda, por lo que es necesario la creación de nuevos servicios o la tercerización de los mismos.
- **Sustituir servicios.** En el mundo moderno ciertos servicios han ido desapareciendo, los mismos que son sustituidos por otros.
- **Enfrentar a la competencia.** Las empresas requieren implementar nuevos servicios para reaccionar ante sus competidores, para ello se debe mejorar la calidad del proceso de prestación de los servicios, estos pueden hacerlo directamente o por medio de un tercero especializado.
- **Ocupar un nicho de mercado.** Se crean servicios fruto de haber detectado oportunidades en el mercado en segmentos muy especializados con necesidades específicas y atractivas.
- **Exigencias legales.** La existencia de ciertas leyes en los diferentes países permiten que se creen servicios.

---

<sup>2</sup> Ildfonso Grande (2000), Marketing de los Servicios

## **1.7 Innovación y progreso técnico en el sector de servicios**

Una característica que se atribuye a las actividades de servicios es su escasa capacidad para generar innovaciones e incorporar el progreso técnico. Sin embargo, los avances en las tecnologías de la información y comunicaciones han abierto nuevas vías para la innovación en los servicios y, en consecuencia, cada vez hay más evidencia que contradice esa afirmación y reconoce la importancia creciente que desempeñan algunas de esas actividades tanto en la utilización y difusión de las nuevas tecnologías, como en su proceso de generación [véanse, entre otros, van Ark, Broersma y de Jong (1999) y OECD (2001a)].

Estos trabajos destacan que el proceso de innovación de los servicios presenta características específicas respecto a la innovación industrial, lo que dificulta enormemente su medición a través de las estadísticas disponibles que, en su concepción inicial, se orientaban hacia la cuantificación y el análisis de la innovación en los sectores manufactureros. Así, la mayoría de las encuestas sobre innovación se refieren en exclusiva a los gastos destinados a la introducción de mejoras de carácter tecnológico entendidas éstas como la introducción en el mercado de servicios, productos o procesos nuevos o mejorados. No obstante, la evidencia demuestra que la innovación de las ramas de servicios se encuentra más ligada a la introducción de cambios en los procesos organizativos o en la forma de distribución comercial y en las relaciones con el cliente.

En consecuencia, las cifras disponibles proporcionan una visión negativamente sesgada sobre la actividad innovadora de estas actividades en relación con la industria. Así, por ejemplo, los resultados de las encuestas de gasto en I+D, que constituyen una de las fuentes de información básicas para analizar el esfuerzo innovador de las empresas industriales, señalan que la participación de los servicios en el total de gastos en I+D de las principales economías de la UE y de Estados Unidos presenta registros muy inferiores a la participación de este sector en el valor añadido total de la economía, con un rango de variación muy amplio que oscila desde el 8,5% estimado para Alemania en el año 2003, hasta el 42,7% de la economía española y que refleja, en buena medida, la existencia de diferencias metodológicas en lo que se refiere a la cobertura sectorial y por tamaños de las empresas encuestadas. Por su parte, otros indicadores que se emplean habitualmente para analizar los resultados del proceso de innovación como, por

ejemplo, el número de patentes, tampoco resultan adecuados en el caso de los servicios ya que en muchas ocasiones las innovaciones de estos sectores no reúnen las condiciones para ser patentadas, siendo susceptibles de otras formas de protección de la propiedad intelectual de carácter menos formal, como el secreto de fábrica.

En la actualidad, la encuesta de innovación tecnológica elaborada por la Comisión Europea y por los respectivos institutos de estadística nacionales de la UE constituye la fuente estadística que proporciona una perspectiva más adecuada sobre el esfuerzo innovador de las empresas.

Esto es así si se considera que comprende no solo el gasto en la investigación y desarrollo interno y externo realizado por la empresa, sino también el gasto en diseño e ingeniería industrial, la adquisición de maquinaria y bienes de equipo destinados específicamente a la introducción de productos, servicios o procesos nuevos o sensiblemente mejorados, la adquisición de tecnología inmaterial (derechos de uso de patentes, licencias, invenciones 21. De hecho, el nuevo Manual de Oslo de la OCDE, que constituye la guía metodológica para la elaboración de las encuestas de innovación, ha ampliado recientemente el ámbito conceptual de estas encuestas extendiéndolas a la innovación de marketing y de organización (véase OCDE, 2005). BANCO DE ESPAÑA 44 DOCUMENTO OCASIONAL Nº 0607 no patentadas, etc.) y los gastos de formación y comercialización relacionados con la introducción de nuevos productos o procesos.

Con todo, cabe enfatizar que los resultados de esta encuesta se circunscriben exclusivamente a las actividades realizadas en el ámbito de la innovación tecnológica, dejando al margen las innovaciones de carácter organizativo o comercial que pueden constituir un elemento esencial en la estrategia innovadora de las empresas de servicios. A pesar de estas limitaciones, la comparación internacional de los resultados de esta encuesta puede aportar información relevante. ([www.bde.es/webbde/.../DocumentosOcasionales/06/Fic/do0607.pdf](http://www.bde.es/webbde/.../DocumentosOcasionales/06/Fic/do0607.pdf), 2006)

## CAPITULO II INVESTIGACIÓN DE MERCADO



## **2 ESTUDIO DE MERCADO**

El estudio de mercado consiste en una iniciativa empresarial con el fin de hacerse una idea sobre la viabilidad comercial de una actividad económica.

### **2.1 PRODUCTO (SERVICIO DE TERAPIAS)**

#### **Características del producto.**

Servicio de terapias para bajar de peso y mantenerse en buen estado físico: bailoterapia, musicoterapia, cantoterapia, risoterapia, terapias de relajación, terapia corporal; además servicio de cuidado infantil, bebidas y alimentación inteligente.

#### **Productos Sustitutos:**

Spa, Gimnasio, Centro de Estética, Academia de Baile, Centro de Relajación, Escuela de Artes Marciales, Parques Recreativos, Equipo Personal de Entrenamiento, Complejo Deportivo.

#### **Productos Complementarios:**

Alimentación Inteligente, Bebidas Energéticas, Asistencia Médica, Alquiler de Máquinas Personales, Tarjeta de Membrecía, Venta de Accesorios para Terapias.

### **2.2 ANALISIS DE LA DEMANDA**

#### **Plan de Información Primaria**

##### **Fase Cualitativa**

#### **OBJETIVOS:**

- ✓ Conocer las características del servicio
- ✓ Determinar la frecuencia y el comportamiento del mercado con respecto a este servicio.
- ✓ Determinar la competencia y las características de su oferta.

## **Entrevista**

Es la técnica con la cual se puede obtener información detallada, debido a que se le realiza sin ceñirse estrictamente a un cuestionario, únicamente se prepara un guión que permita a la entrevista libertad para expresarse. Se realiza persona a persona puede ser presencial o telefónicamente.

## **Estudio Poblacional**

El estudio del mercado se llevo a cabo en el Municipio Español de Lorca que está ubicado en la Región de Murcia – España situado en el sureste de la Península Ibérica. Es la tercera población en importancia de la Región de Murcia después de Murcia capital y Cartagena.

España constituye en nuestros días un centro de atracción de población extranjera de primer orden a escala mundial. En la composición de los inmigrantes, los ecuatorianos constituyen la nacionalidad más numerosa, en una dinámica evolutiva verdaderamente vertiginosa. (La inmigración ecuatoriana en la región de Murcia, 2004)

En este aspecto, la Región de Murcia y, en concreto, el municipio de Lorca están considerados como dos claros ejemplos paradigmáticos de la creciente importancia ecuatoriana en España, con todos los beneficios y problemática social, económica y de recursos asistenciales que ello ocasiona.

## **Segmentación del Mercado**

La segmentación de mercados es el proceso mediante el que se identifica o se toma un grupo de compradores homogéneos, es decir, se divide el mercado en varios submercados o segmentos de acuerdo con los diferentes deseos de compra y requerimientos de los compradores. La segmentación del proyecto se realizó geográficamente dividiendo el mercado por sector, tomando el barrio San José, el barrio la Viña y el Ovalo de Santa Paula que es el corazón de Lorca. Estos barrios son los más importantes en Lorca ya que son céntricos y tienen un gran número de habitantes<sup>3,4</sup>

---

<sup>3</sup>Población económicamente activa de la Provincia de Murcia, según Padrón Municipal.

<sup>4</sup>Población económicamente activa de la ciudad de Lorca, según Padrón Municipal.

## Cuadro Nº 2: SEGMENTACIÓN DEL MERCADO.

CUADRO DE SEGMENTACIÓN				
GRUPOS DEFINIDOS	ALCANCE GEOGRÁFICO	CUANTIFICACIÓN		PONDERAC
		Nº PERSON.	FUENTE	MUESTREO
Barrio San José Económicamente activa	Norte: Calle Bartolomé Pérez Casas Sur: Camino Viejo al Puerto Este : Calle Castillo de Xiquena Oeste: Calle los Naranjos	2.086	Asociación de emigrantes INTIRAYMI	19%
Barrio La Viña Económicamente activa	Norte: Carretera de Granada Sur: Carretera de Granada Este: Av. De la Vendimia Oeste: C/.Infante Juan Manuel	894	Asociación de emigrantes INTIRAYMI	8%
El Ovalo de Santa Paula Económicamente activa	Norte: Av. Juan Carlos Sur: Av. Jerónimo de Santa Fe Este: Av. Santa Paula Oeste: Av. Alameda de Cervantes	8.290	Asociación de emigrantes INTIRAYMI	74%
		<b>11.270</b>		100%

*Fuente: Asociación de Migrantes INTIRAYMI/SEPTIEMBRE DEL 2007*

### **Evolución de los segmentos del mercado**

#### **Crecimiento del mercado y todas sus divisiones.**

El número de inmigrantes residentes en España se acerca a los 5,6 millones que se registraron en el padrón durante 2009, lo que significa unos 400.000 ciudadanos más respecto al año anterior, con crecimiento en todas las comunidades autónomas. (El numero de emigrantes empadronados en España, 2010)

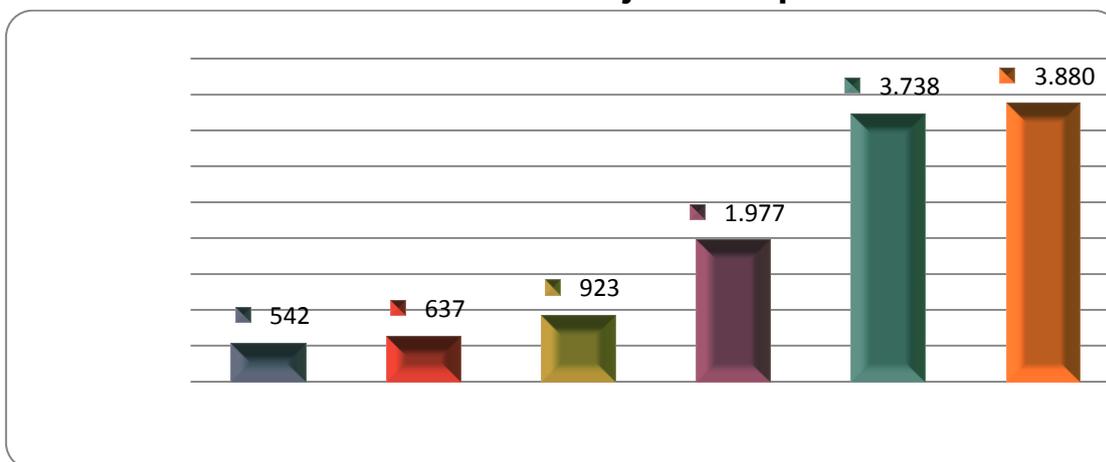
Según los datos definitivos del padrón municipal correspondiente al último año, publicado por el Instituto Nacional de Estadística (INE)-, los ayuntamientos inscribieron en 2009 un total de 5.648.671 extranjeros, frente a los 5.268.762 del ejercicio 2008, en el 2000 los ayuntamientos censaron sólo a 923.000 foráneos.

El apunte en el padrón, un registro administrativo donde constan los vecinos de un municipio, constituye para los inmigrantes la llave de acceso a derechos como la sanidad y la educación; y procede con independencia de que tengan o no residencia legal en el país.

Por bloque geográfico y referido al año 2009, existen casi dos millones de

inmigrantes de América Latina. El colectivo latino con mayor presencia es el ecuatoriano. Aunque es difícil establecer con exactitud la cifra real de inmigrantes, según los datos del Instituto Nacional de Estadísticas INE en enero del 2006 estaban empadronados 3,884.000 extranjeros en España. Esta cifra se refiere a inmigrantes que están empadronados en algún ayuntamiento de España.

### **Gráfico Nº 1. Evolución de extranjeros empadronados en España.**



**Fuente:** Datos estadísticos del INE censo del 2006

En el gráfico se demuestra la importancia que el fenómeno inmigratorio está tomando en España desde la mitad de la década de los 90. En poco menos de un decenio el número de extranjeros se ha multiplicado por siete.

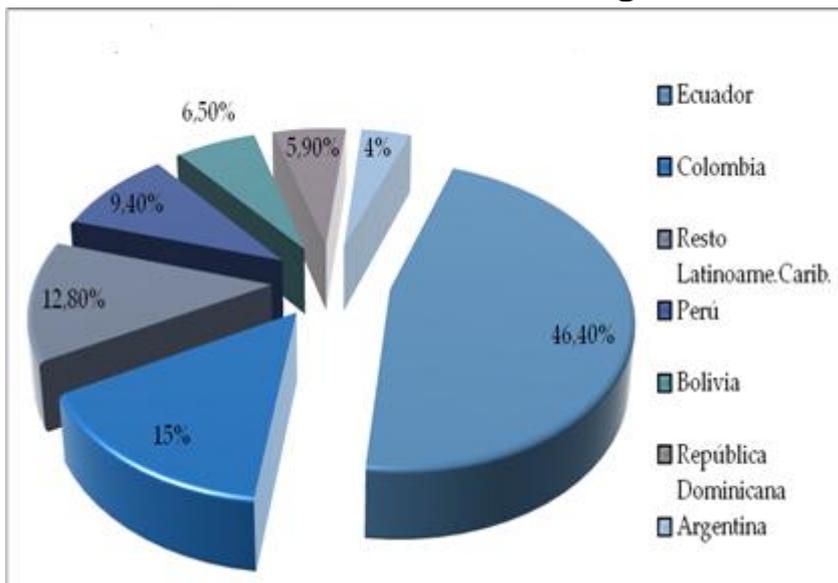
Otro dato a tener en cuenta es la importancia que tiene el flujo migratorio comparado con el crecimiento real de la población. En el 2004 la llegada de inmigrantes supuso el 76% del crecimiento de la población española, mientras que los movimientos naturales (diferencia entre los nacidos y fallecidos en 2004) sólo aportó un 24%.

Además, el aumento de población de otros continentes, con índices de natalidad más altos, ha favorecido el crecimiento de la natalidad en un 1,54 por mil entre 1998 y 2005 (9,19 y 10,73, respectivamente). De estos nacimientos corresponden a madres extranjeras en 2004 el 13,8% del total nacional.

Los ecuatorianos, con 421.384 personas empadronadas, han pasado a ocupar el tercer lugar en la lista de los extranjeros en España, y los colombianos se sitúan en quinto lugar con 258.726 empadronados.

En el gráfico siguiente nos podemos dar cuenta de la distribución de la población inmigrante en España según los países de origen.

## Gráfico Nº 2. Distribución de inmigrantes en España según países.

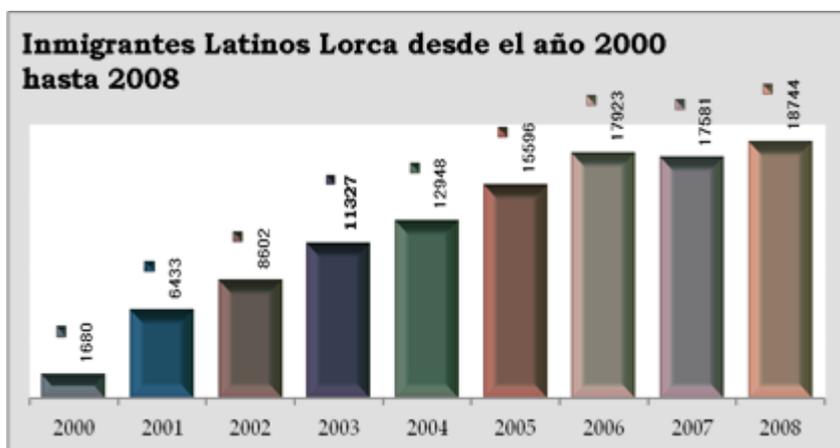


Fuente: Datos estadísticos del INE -2007

Las cifras del INE dan cuenta también del crecimiento de otros colectivos latinos: paraguayos, brasileños y venezolanos.

En lo que se refiere a la comunidad de Murcia y específicamente Lorca en el gráfico siguiente podemos observar el crecimiento de los habitantes latinos desde los años 2000 hasta el año 2008, según Padrón Municipal de Lorca.

## Gráfico Nº 3. Crecimiento de Latinos en Lorca.



Fuente: Padrón municipal de Lorca publicados por el INE en 2009

LA ENCUESTA (Anexo)<sup>5</sup>

1. El guion de la encuesta fue el siguiente:
2. ¿Usted realiza ejercicio físico?
3. ¿Por qué razón no realiza ejercicios físicos?
4. ¿Qué tipo de ejercicio realiza?

<sup>5</sup> Tabulación y Análisis de la Encuesta

5. ¿De los siguientes ejercicios cual realiza con mayor frecuencia?
6. ¿A qué lugares asiste para realizar estos ejercicios?
7. ¿Con qué frecuencia realiza ejercicios? Expresar en días.
8. ¿Ha realizado terapias de relajación?
9. ¿Por qué razón no ha realizado terapias de relajación?
10. ¿Qué tipo de terapias de relajación ha realizado?
11. ¿Con qué frecuencia realiza estas terapias al mes? Expresar en días.
12. ¿A qué lugares asiste para realizar estas terapias?
13. ¿Me podría decir cuál es el nombre del lugar o lugares donde usted realiza terapias de relajación?
14. De las siguientes alternativas en que horario frecuentemente realiza este tipo de Terapias?
15. ¿Conoce usted qué es la comida light?
16. ¿Conoce usted qué es alimentación inteligente?
17. ¿De los valores que usted encuentra a continuación, señale qué precio considera barato para una hora de terapia con servicios de excelente calidad?
18. ¿Qué tan dispuesta estaría a recibir una terapia a través del canto?
19. ¿Qué tan dispuesta estaría a recibir una terapia a través de la música?
20. ¿Qué tan dispuesta estaría a recibir una terapia a través de la risa?
21. ¿Qué tan dispuesta estaría a recibir una terapia a través de la risa?
22. ¿Qué tan dispuesta estaría a recibir una terapia a través del baile?
23. Ordene desde el más importante al menos importante los siguientes servicios que puede ofrecer el centro de terapias.
24. ¿De los valores que usted encuentra a continuación, señale qué precio considera razonable para una hora de terapia con servicio de calidad?
25. Ordene desde el más importante al menos importante las bebidas que usted consumiría al realizar una terapia.

### **Aplicación de la encuesta**

La encuesta se hizo personalmente a 95 inmigrantes residentes en la ciudad de Lorca. La misma que se llevaron a cabo en los hogares y en lugares habituales de reunión de los inmigrantes tales Como: tienda de víveres, locutorios, bares, basares, canchas deportivas etc. mediante cuestionario estructurado de una duración aproximada de 30 minutos.

Las encuestas se realizaron a hombres y mujeres inmigrantes de entre 18 y 50 años y con un mínimo de dos años de residencia en España, que se considera el tiempo mínimo necesario para que la nueva población consolide sus opiniones sobre sus hábitos.

$$n = \frac{Z^2(N * p * q)}{e^2(N - 1) + Z^2(p * q)}$$

$$n = \frac{1.96^2(9345 * 0.5 * 0.5)}{0.1^2(9345 - 1) + 1.96^2(0.5 * 0.5)}$$

$$n = 95 \text{ personas}$$

**Donde:**

**Z** = Nivel de Confianza (0.95=1.96 de acuerdo a la tabla de Índices Estadísticos de Contabilidad)

**p** = Probabilidad positiva 0.50

**q** = Probabilidad negativa 0.50

**N** = Población 9.345

**n** = Muestra

**e** = Margen de error 0.10

### **Análisis de la encuesta**

Los resultados de la encuesta afianzaron la investigación, por cuanto se pudo deducir que no existe competencia directa para esta clase de negocio, debido a los servicios que prestará el Centro de Diversión Terapéutica los que serán nuevos en el mercado.

### **2.3 OFERTA DEL MERCADO**

Por tratarse de un nuevo producto para el mercado de esta zona, no existe competencia directa.

#### **Competidores Indirectos:**

Spa, Gimnasio, Centro de Estética, Academia de Baile, Centro de Relajación, Escuela de Artes Marciales, Parques Recreativos, Equipo Personal de

Entrenamiento, Complejo Deportivo. Existe alrededor de 14 competidores indirectos.

### Estudio de la Oferta

La oferta es la cantidad de un producto que los fabricantes e importadores del mismo están dispuestos a llevar al mercado, de acuerdo con los precios vigentes, con la capacidad de sus instalaciones y con la estructura económica de su producción.

Anteriormente mencioné que el Centro de Diversión Terapéutica no tiene competencia directa, sino indirecta. No existen registros que permitan conocer de manera fácil el porcentaje de competencia existente.

El levantamiento de esta información lo he podido obtener por medio de la encuesta realizada a los habitantes de la ciudad de Lorca, planteando una pregunta de conocimiento. Esto permitió estimar la oferta que existe al momento en el mercado.

### Estimación de la Oferta

**Cuadro Nº 3. Oferta estimada en el mercado.**

LUGARES POSICIONADOS	Porcent.	PONDERAC.	Personas atendi. AÑO	
GYM Lorca S.I.	11%	4%	406	
Gimnasio Misan	6%	2%	203	
Gimnasio Hercules	6%	2%	203	
Complejo Deportivo Europa	67%	26%	2.438	
Federación de Taekwondo	33%	13%	1.219	
World Fitness Center	33%	13%	1.219	
Fitness Levante	33%	13%	1.219	
SPA Jardines de Lorca	33%	13%	1.219	
Ninguna	33%	13%		1.219
<b>TOTAL</b>	<b>256%</b>	<b>100%</b>	<b>8.126</b>	

**Fuente:** Encuesta realizada en la ciudad de Lorca en Agosto del 2010

### DISEÑO DEL PRODUCTO

#### Producto Físico:

Ubicación estratégica del local, Local funcional, Equipos de audio y video sobresalientes, Optima distribución de las áreas.

#### Producto Psicológico:

Diseño de interiores del local, área de recepción impactante, claridad y circulación de aire, colores de acuerdo al área.

**Producto Social:**

Dar a conocer lo saludable de recibir terapias; demostrar al cliente que si se puede conseguir bajar de peso, verse mejor y relajarse divirtiéndose, sin hacer grandes sacrificios; hacer sentir los beneficios del servicio, al obtener la relajación deseada.

**2.4 Objetivos del Estudio del Mercado**

- ✓ Conocer las características del servicio
- ✓ Determinar la frecuencia y el comportamiento del mercado con respecto a este servicio.
- ✓ Determinar la competencia y las características de su oferta.
- ✓ Conocer precio promedio del servicio.

Sabemos que los inmigrantes en su mayoría tienen crisis o enfermedades físicas o psicológicas, en algunos casos graves y en otros leves, que nos están diciendo que necesitan un CAMBIO en su vida, y que el camino adecuado para logra el fin último de la existencia: la autorrealización y la plenitud de sus potenciales, es lo que les conducirá a la felicidad.

Es visible que no existe un lugar apropiado o como el que se propone en mi proyecto donde ellos puedan liberar todas sus tenciones y relajarse para lograr su bienestar, mediante terapias energéticas, sin dejar ni un solo recurso de trabajo con el cuerpo, la alimentación y el descanso... para que tenga lugar lo que todos deseamos: la felicidad. Por esta razón creo que el Centro de Diversión Terapéutica es una buena alternativa a este problema.

Los objetivos son clasificados de acuerdo a la clase de información primaria que se obtendrá: cualitativa o cuantitativa. Esta información se detalla en el siguiente cuadro:

**Cuadro Nº 4. Clasificación de la Información.**

OBJETIVO DE LA INVESTIGACION	CLASIFICACION INFORMACIÓN		
	SECUNADRIA	PRIMARIA	
		Cualitativa	Cuantitativa
Conocer las características del servicio		<b>X</b>	
Determinar la frecuencia y el comportamiento del mercado con respecto a este servicio.		<b>X</b>	
Determinar la competencia y las características de su oferta.		<b>X</b>	
Conocer precio promedio del servicio.			<b>X</b>

**Fuente:** Materia de estudio de mercado (Ing. Ramiro García)

### **Fase Cuantitativa**

#### **Objetivo**

Conocer el precio promedio del servicio.

## **2.5 DEMANDA DEL MERCADO**

La demanda es la cuantificación de la necesidad real o psicológica de una población de compradores, con poder adquisitivo suficiente para poder obtener un determinado producto que satisfaga dicha necesidad.

#### **Demanda Insatisfecha:**

La demanda insatisfecha representa el mercado potencial del proyecto, se establece con la proyección de la demanda del producto en estudio con la oferta global, sin considerar el posible desplazamiento de los productos de la competencia.

**Cuadro Nº 5. Demanda insatisfecha.**

<b>Universo Población Estudio</b>	<b>9.345,00</b>
<b>( - ) Oferta Estimada del Mercado</b>	<b>8.126,00</b>
<b>DEMANDA INSATISFECHA</b>	<b>1.219,00</b>

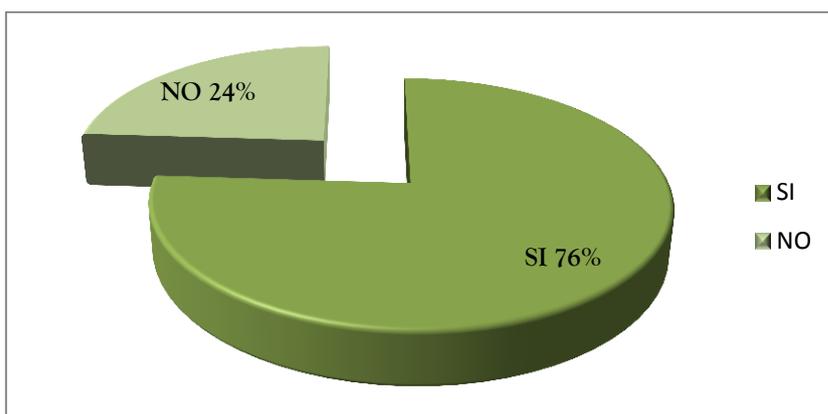
**Fuente:** Encuesta realizada en el mes de agosto del 2010 en la ciudad de Lorca.

## Resultados de la Demanda

La investigación se enmarca en conocer cuáles son las actividades más frecuentes que realizan las personas en sus trabajos o fuera de ellos se plantearon preguntas como: Encuesta (Anexo)<sup>6</sup>

1.- Para conocer el hábito de realizar ejercicio físico se preguntó. ¿Usted realiza ejercicio físico? (ESPONTANEA – UNICA)

**Gráfico N° 4. PREGUNTA DE ENCUESTA**



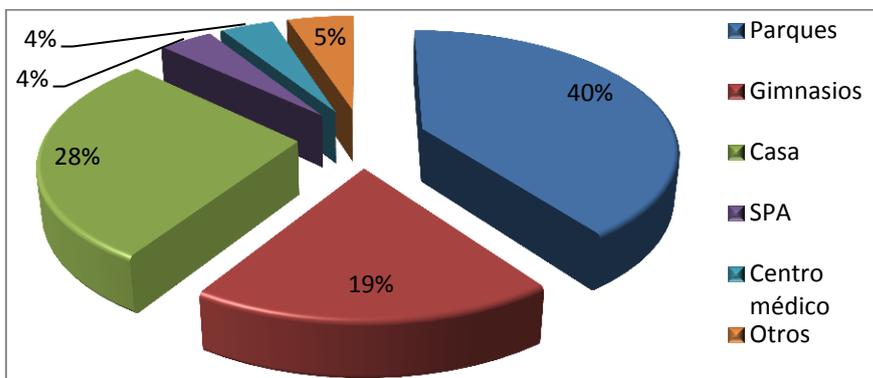
**Fuente:** Encuesta.

**Elaborado por:** La Autora

Resultado: La encuesta nos deja saber que existe un porcentaje importante de personas que están acostumbrados al hábito de realizar ejercicio físico.

2.- Para conocer cuáles son los lugares a los que más acuden las personas hacer ejercicio preguntamos: ¿A qué lugares asiste para realizar estos ejercicios? (ESPONTANEA - MULTIPLE)

**Gráfico N° 5. PREGUNTA DE ENCUESTA**



**Fuente:** Encuesta.

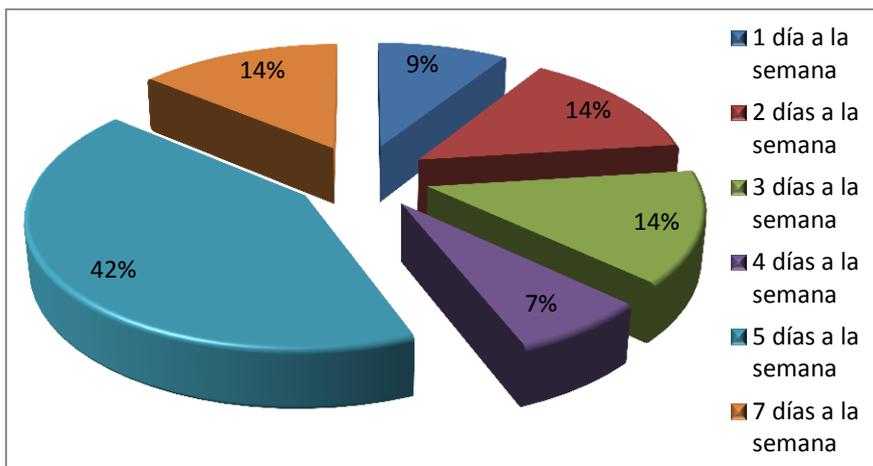
**Elaborado por:** La Autora

<sup>6</sup> Formato de la encuesta

Resultado: Como podemos apreciar en el grafico un porcentaje muy bajo del 19% asisten hacer ejercicios en los gimnasios, el resto de encuestados hacen en otros lugares que son poco apropiados para obtener resultados de satisfacción y bienestar por ellos esperados.

3.- Para conocer la frecuencia con la que se realizar ejercicio físico en la semana se preguntó: ¿Con qué frecuencia realiza ejercicios? Expresar en días

**Gráfico N° 6. PREGUNTA DE ENCUESTA**



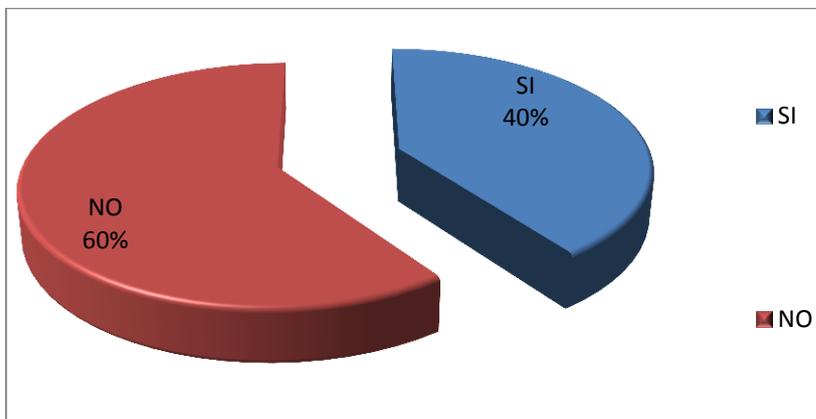
**Fuente:** Encuesta.

**Elaborado por:** La Autora

Resultado: Es un porcentaje muy alto de las personas que acostumbran hacer ejercicio diario eso es importante saberlo porque nos permite saber que es conveniente tener el centro terapéutico abierto todos los días de la semana.

4.- Para conocer si realiza terapias de relajación se preguntó: ¿Ha realizado terapias de relajación? (ESPONTANEA - UNICA)

**Gráfico N° 7. PREGUNTA DE ENCUESTA**



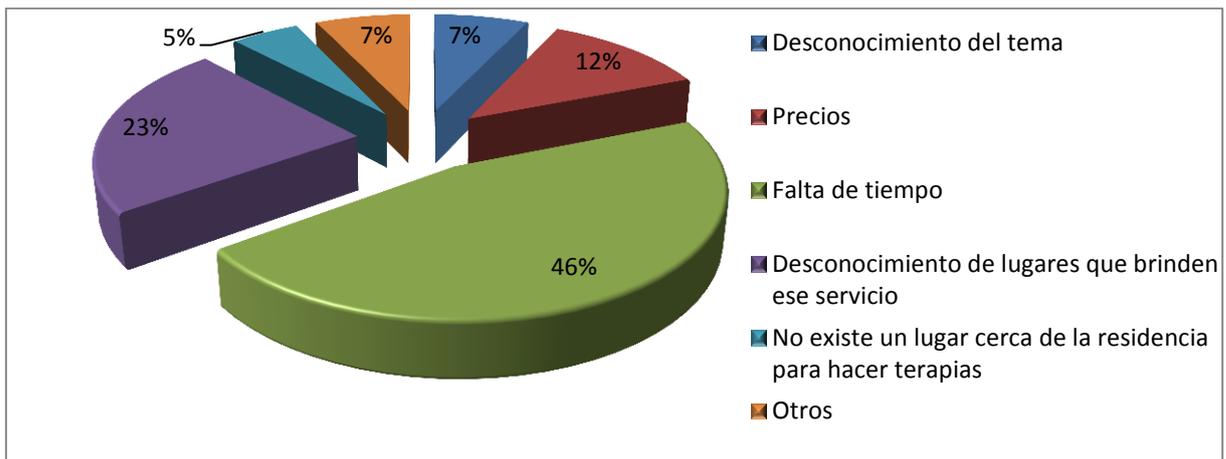
**Fuente:** Encuesta.

**Elaborado por:** La Autora

Resultado: Como podemos darnos cuenta un 60% de los encuestados no han realizado terapias de relajación y es a ellos a los que tenemos que dirigirnos para captarlos como nuestros futuros clientes.

5.- Para conocer los motivos porque no realizan terapias se planteo la siguiente pregunta: ¿Por qué razón no ha realizado terapias de relajación?

**Gráfico N° 8. PREGUNTA DE ENCUESTA**

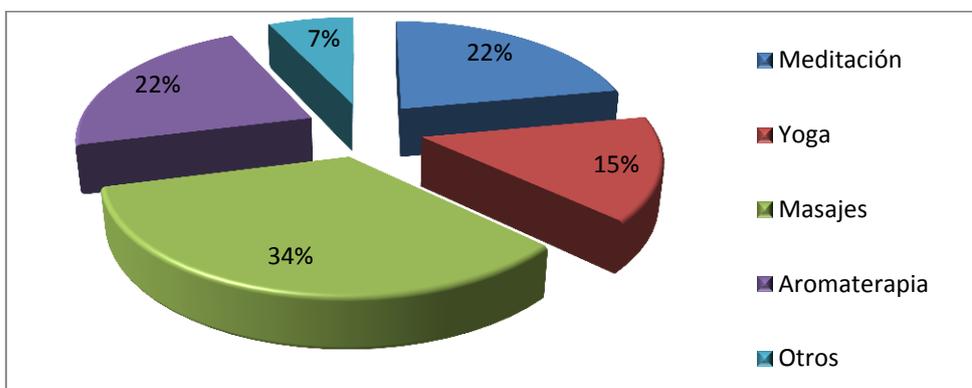


**Fuente:** Encuesta.  
**Elaborado por:** La Autora

Resultado: Una mayoría de los encuestados dicen no haber realizado terapias de relajación por falta de tiempo, pero existe un importante número de personas a las que se les puede ofrecer el servicio dándoles la información necesaria ya que ellos manifiestan no tener conocimiento del tema.

6.- Para conocer cuáles son las terapias que ciertas personas han experimentado se planteo la siguiente pregunta: ¿Qué tipo de terapias de relajación ha realizado? (ESPONTANEA - MÚLTIPLE)

**Gráfico N° 9. PREGUNTA DE ENCUESTA**

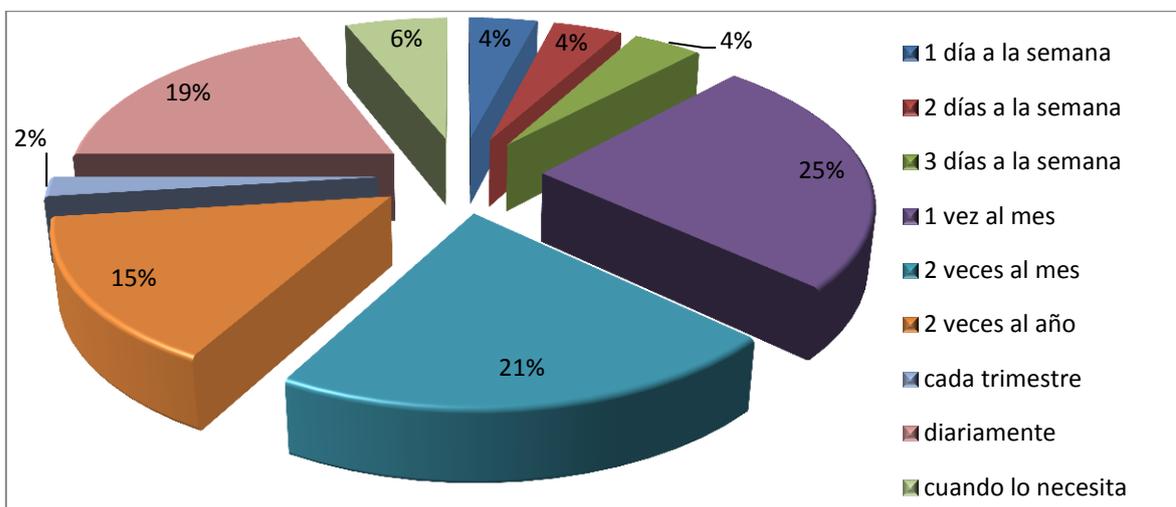


**Fuente:** Encuesta.  
**Elaborado por:** La Autora

Resultado: El resultado de la encuesta nos permite saber que en su mayoría las personas asocian solo a los masajes como terapias y que tienen desconocimiento de otros diferentes tipos de terapias de relajación que el centro terapéutico ofrecerá.

**7.- Para conocer la frecuencia con la que han realizado estas terapias se hizo la siguiente pregunta: ¿Con qué frecuencia realiza estas terapias al mes?**

**Gráfico N° 10. PREGUNTA DE ENCUESTA**

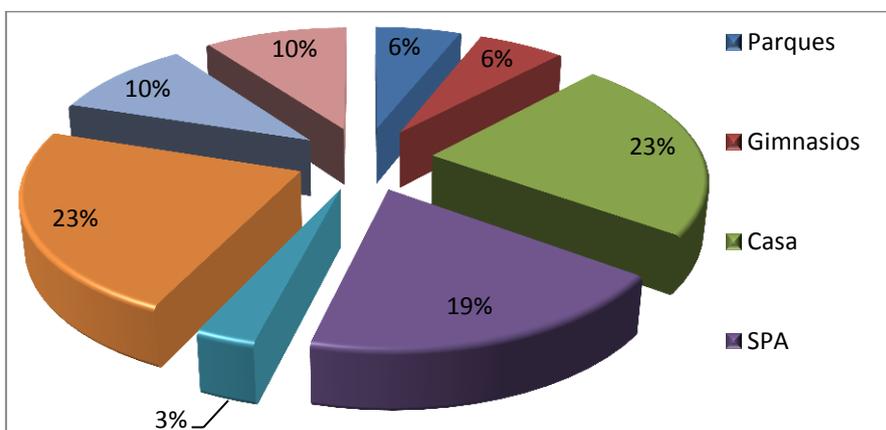


**Fuente:** Encuesta.  
**Elaborado por:** La Autora

Resultado: Por este resultado vemos que los encuestados casi no realizan terapias de relajación muy a menudo lo hacen esporádicamente y por ello debemos hacer una campaña de información para llegar a captar ese mercado desinformado.

**8.- Para conocer los lugares que visitan las personas que acostumbran a hacerse las terapias se planteo la siguiente pregunta: ¿A qué lugares asiste para realizar estas terapias? (ESPONTANEA - MÚLTIPLE)**

**Gráfico N° 11. PREGUNTA DE ENCUESTA**



**Fuente:** Encuesta.  
**Elaborado por:** La Autora

Resultado: Por los resultados obtenidos no podemos dar cuenta que no existe centros de terapias apropiados para recibir un servicio y que por ello las personas lo hacen en lugares poco o nada apropiados.

**9.- Para conocer nombres de la competencia y saber cuales están posicionados en la mente del cliente se planteó la siguiente pregunta: ¿Me podría decir cuál es el nombre del lugar o lugares donde usted realiza terapias de relajación? (ESPONTANEA - MÚLTIPLE)**

**Cuadro Nº 6. PREGUNTA DE ENCUESTA**

LUGARES	Porcentajes
GYM Lorca S.I.	11%
Gimnasio Misan	6%
Gimnasio Hércules	6%
Complejo Deportivo Europa	33%
Federación de Taekwondo	12%
World Fitness Center	8%
Fitness Levante	5%
SPA Jardines de Lorca	4%
Ninguna	5%

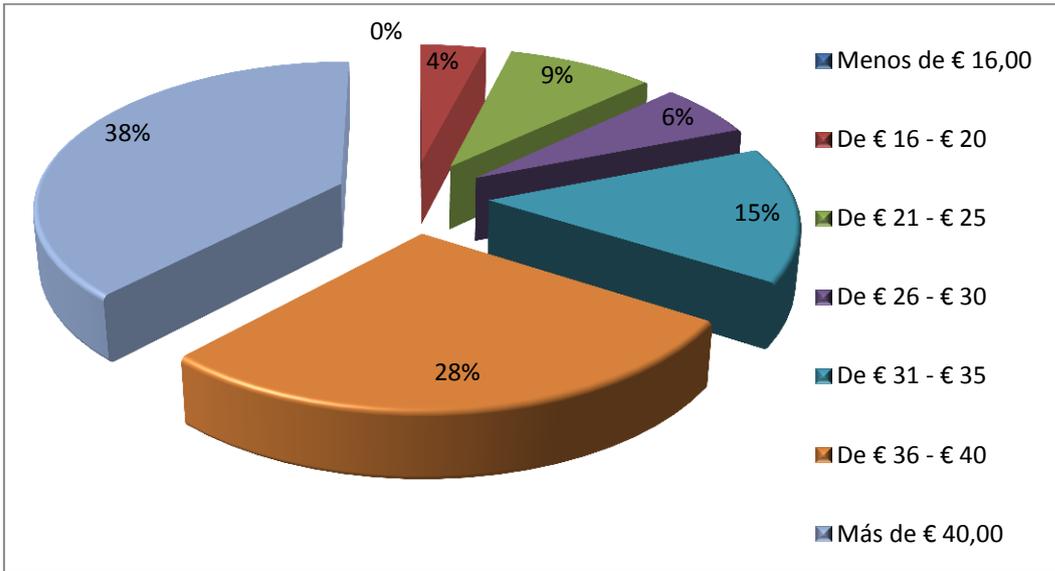
**Fuente:** Encuesta.

**Elaborado por:** La Autora

Resultado: El complejo deportivo Europa es el que capta el mayor porcentaje de clientes para realizar estas terapias y que los otros centros los tienen un porcentaje muy repartido.

**10.- Para conocer cuál es el precio que al cliente le parece caro para una hora de terapia recibiendo un servicio de excelente calidad se hizo la siguiente pregunta: ¿De los valores que usted encuentra a continuación, señale qué precio considera caro para una hora de terapia con servicios de excelente calidad? (INDUCIDA - UNICA)**

**Gráfico Nº 12. PREGUNTA DE ENCUESTA**

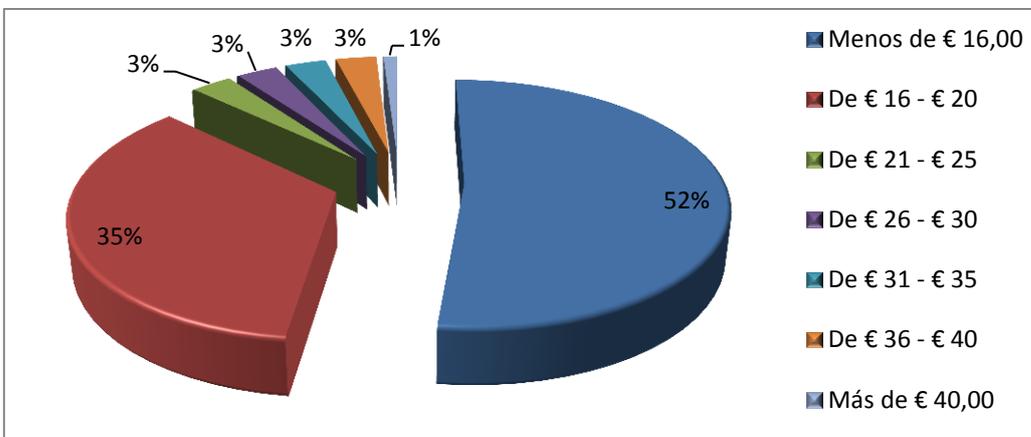


**Fuente:** Encuesta.  
**Elaborado por:** La Autora

Resultados: Los resultados nos deja saber que si se quiere cobra de 30€ a 40€ los clientes piensan que es demasiado caro y lógicamente no pagarán.

**11.- Para conocer cuál es el precio que los encuestados consideran barato para una hora de terapia recibiendo un servicio de excelente calidad se hizo la siguiente pregunta: ¿De los valores que usted encuentra a continuación, señale qué precio considera barato para una hora de terapia con servicios de excelente calidad? (INDUCIDA - UNICA).**

**Gráfico Nº 13. PREGUNTA DE ENCUESTA**

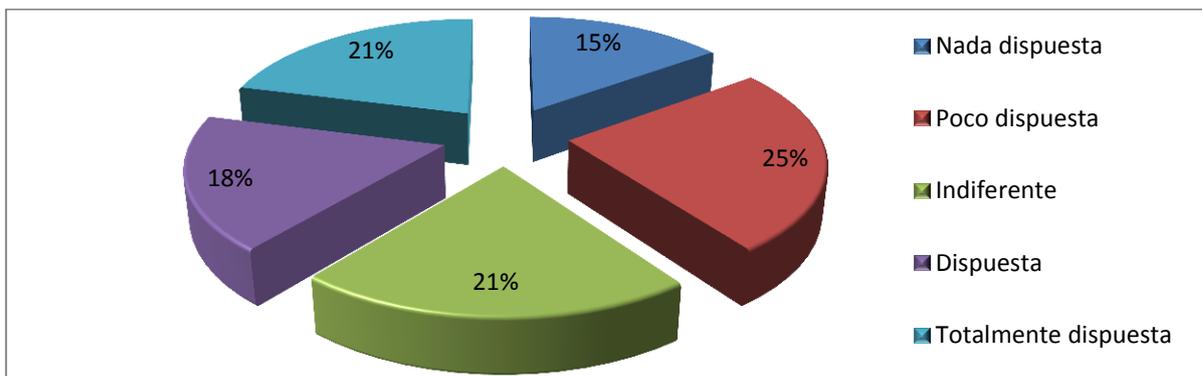


**Fuente:** Encuesta.  
**Elaborado por:** La Autora

Resultado: De acuerdo a estos resultados podemos decir que un precio de 20€ a 25€ sería un precio razonable para cobrar por una hora de terapia.

**12.- Para conocer si las encuestadas estarían interesadas en recibir terapias a través del canto se planteo la siguiente interrogante: ¿Qué tan dispuesta estaría a recibir una terapia a través del canto? Califique del 1 al 5**

**Gráfico N° 14. PREGUNTA DE ENCUESTA**



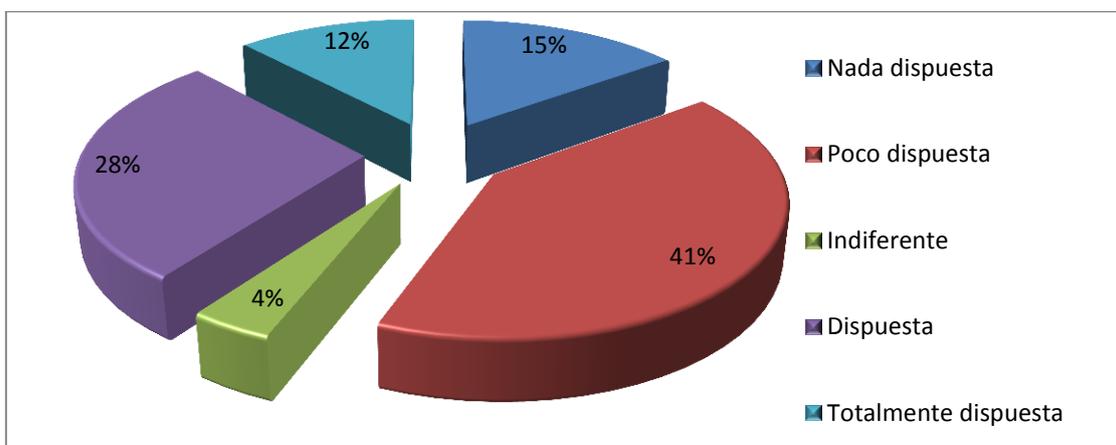
**Fuente:** Encuesta.

**Elaborado por:** La Autora

Resultado: Los encuestados nos dicen claramente que no están interesados en recibir una terapia a través del canto, esto me permite decir que es por falta de información de los beneficios de estas terapias

**13.- Para conocer si las encuestadas estarían interesadas en recibir terapias a través de la música se planteo la siguiente interrogante: ¿Qué tan dispuesta estaría a recibir una terapia a través de la música? Califique del 1 al 5.**

**Gráfico N° 15. PREGUNTA DE ENCUESTA**



**Fuente:** Encuesta.

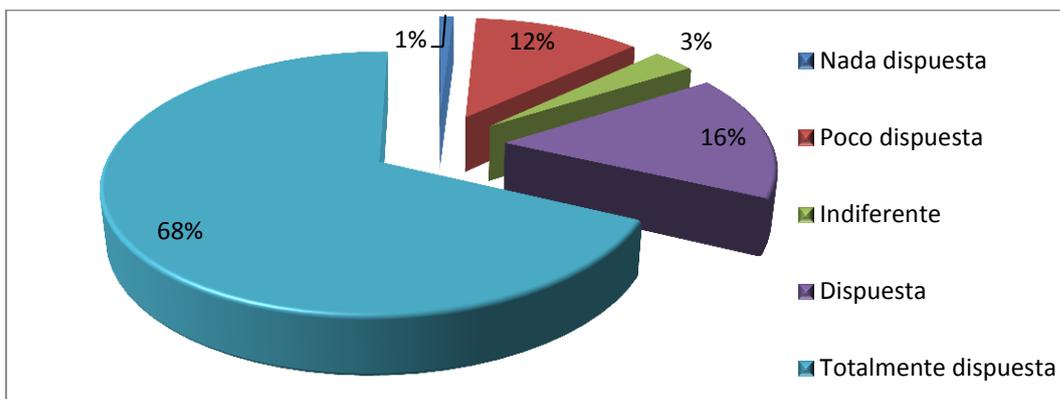
**Elaborado por:** La Autora

Resultado: Podemos darnos cuenta que la gente no está dispuesta a recibir una

terapia a través de la música, pero como había dicho antes es por falta de conocimiento y que si se le informa seguro que lo aceptarían.

**14.- Para conocer si las encuestadas estarían interesadas en recibir terapias a través del baile se planteo la siguiente interrogante: ¿Qué tan dispuesta estaría a recibir una terapia a través del baile? Califique del 1 al 5**

**Gráfico Nº 16. PREGUNTA DE ENCUESTA**



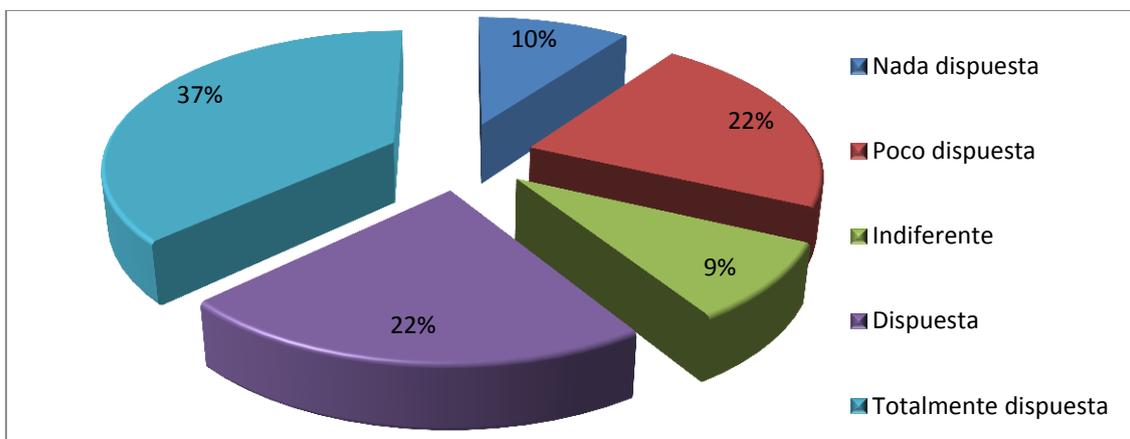
*Fuente: Encuesta.*

*Elaborado por: La Autora*

Resultado: Estos resultados nos permiten saber que la gente está muy interesado en recibir terapias a través del baile.

**15.- Para conocer si las encuestadas estarían interesadas en recibir terapias a través de la risa se planteo la siguiente interrogante: ¿Qué tan dispuesta estaría a recibir una terapia a través de la risa? Califique del 1 al 5**

**Gráfico Nº 17. PREGUNTA DE ENCUESTA**



*Fuente: Encuesta.*

*Elaborado por: La Autora*

Resultado: La terapia a través de la risa ha tenido una buena aceptación entre los

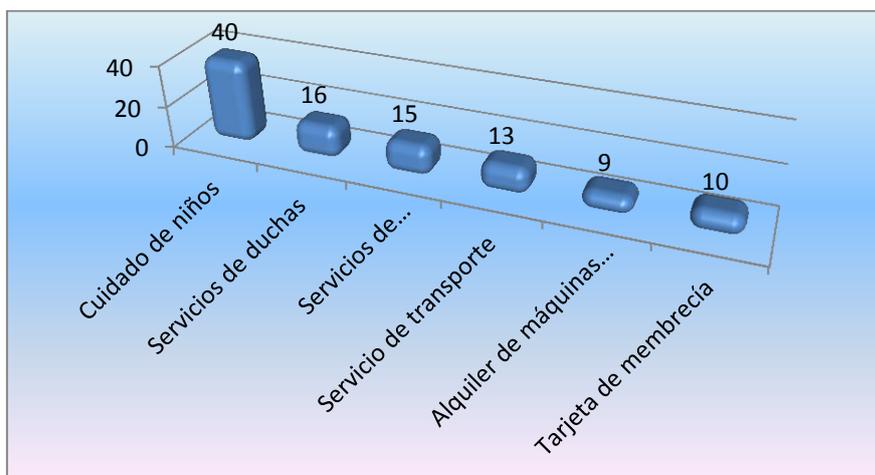
encuestados, se nota claramente que hay un porcentaje muy alto que está totalmente dispuesto a recibir.

**16.- Para conocer la importancia de los servicios que puede ofrecer el Centro de Terapias se pidió ordenar los siguientes servicios en orden de prioridad:**

- Cuidado de niños
- Servicios de duchas
- Servicios de alimentación light
- Servicio de transporte
- Alquiler de máquinas personales para realizar ejercicios en el domicilio
- Tarjeta de membresía

Ordene desde el más importante al menos importante los siguientes servicios que puede ofrecer el centro de terapias. (INDUCIDA - MULTIPLE)

**Gráfico Nº 18. PREGUNTA DE ENCUESTA**



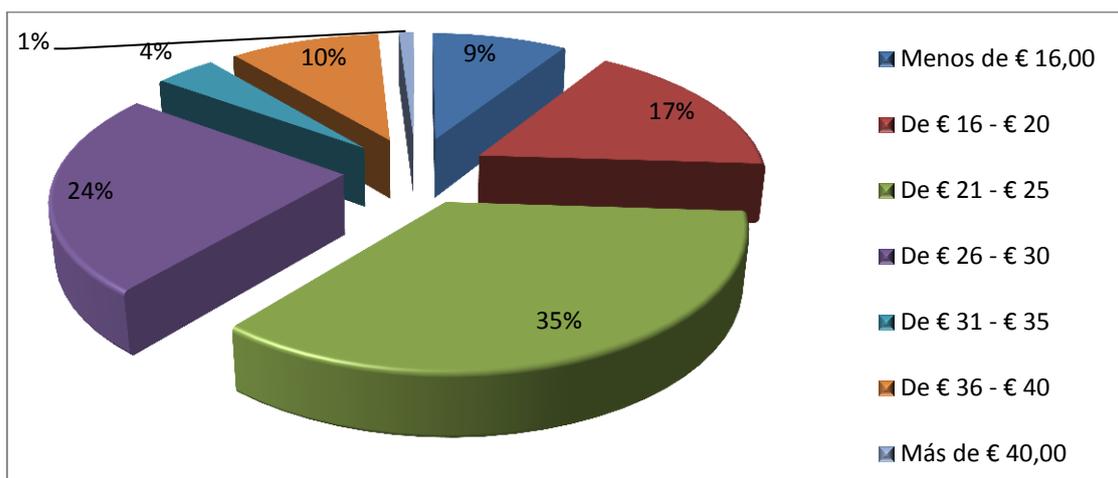
**Fuente:** Encuesta.

**Elaborado por:** La Autora

Resultado: Estos resultados nos deja pensar que en su mayoría son madres las que están dispuestas a recibir servicios de relajación.

**17.- Para conocer de los posibles clientes el precio que consideran razonable para una hora de terapia de excelente calidad se planteo la siguiente pregunta: ¿De los valores que usted encuentra a continuación, señale qué precio considera razonable para una hora de terapia con servicio de calidad?**

**Gráfico Nº 19. PREGUNTA DE ENCUESTA**



**Fuente:** Encuesta.

**Elaborado por:** La Autora

Resultado: Las encuestas nos permiten saber que un buen precio para una terapia de relajación estaría en el rango de 21€ a 25€.

### **Análisis de la Información**

Al tabular y analizar las encuestas realizadas, se obtuvo una información clara y veraz. Mediante esta pude determinar que actualmente se tiene costumbre de realizar ejercicio físico, y que en su mayoría buscan los lugares y actividades que no demandan un costo alto, así mismo el hábito de realizar terapias se ve relegado por los costos que significan estos, además se desconoce los beneficios de hacer estos ejercicios de relajación. Los servicios que se ofrecieron tuvieron un alto porcentaje de aceptación por parte de los encuestados.

## **2.6 CONCLUSIONES DEL ESTUDIO DEL MERCADO**

Realizando el estudio de mercado se concluye que: El Centro de Diversión Terapéutica debe funcionar:

- ✓ Con las cinco terapias de relajación: Bailoterapia, Musicoterapia, Cantoterapia, Risoterapia, Terapias de relajación.
- ✓ Servicio de excelente calidad.
- ✓ El horario de 7:00 am a 21:00 pm.
- ✓ El mercado solicita servicios adicionales
- ✓ Precios por debajo del valor de la competencia indirecta, los spa.

## 2.7 RECOMENDACIONES

**Atención personalizada del servicio de diagnóstico.** La especialista terapeuta estudiará íntegramente el interior del cliente, adentrándose en el problema para tratar de dar solución y ayudarla con las terapias.

Igualmente se realizará un exhaustivo seguimiento para incentivar el mantenimiento.

✓ **Atención personalizada en la post-venta o seguimiento.** Se dictarán:

Charlas de post-tratamiento

Seminarios de refuerzo con distintos temas de ayuda

Talleres de post-tratamiento

Se realizarán llamadas telefónicas de seguimiento.

✓ **El mercado solicita servicios adicionales:**

Cuidado de niños

Servicios de duchas

Bar con atención de comida light y bebidas variadas.

Alquiler de máquinas personales de entrenamiento

Tarjeta de membresía

Servicio de transporte

Auspicio de empresas de bebidas o productos light.

✓ **Merchandising.**

Se utilizarán testimonios presenciales para que el cliente conozca la satisfacción con el servicio que tengan clientes que lo estén utilizando y los excelentes resultados que obtuvo.

Ubicación de banners y gigantografías resaltando el servicio y sus beneficios.

## PRECIO

El precio es la cantidad monetaria a la que los productores están dispuestos a vender, y los consumidores a comprar un bien o servicio, cuando la oferta y la demanda están en equilibrio.

La determinación de los precios comerciales del producto es un factor muy importante, ya que funcionará como base para el cálculo de los ingresos probables del proyecto en el futuro. Además servirá de base para la comparación del costo

comercial y el precio probable al que se pudiera vender en el mercado los servicios de “terapias”.

El Centro de Diversión Terapéutica decide entrar al mercado con un bajo precio en comparación con la competencia indirecta, los SPA.

Tomando en cuenta los resultados de las encuestas realizadas el precio a cobrar será 25€ por una hora de terapia, ya que es el precio que los encuestados consideran razonable pagar.

## **2.8 MARKETING**

El objetivo que tiene el proyecto en cuanto a publicidad es netamente PUBLICIDAD INFORMATIVA, por medio de la cual podré describir los servicios disponibles, corrige falsas impresiones, reduce el temor de los usuarios y crear imagen de la compañía.

El canal de comunicación que se utilizará será personal y no personal

**Personal.-** Por este canal se hará la comunicación directa de persona a persona, se realizará visitas a empresas y oficinas para informarles respecto a nuestros servicios. Además en el centro se les dará asesoría presencial.

**No personal.-** Por este canal utilizaremos medios masivos de impresión (periódicos, revistas, correspondencia directa), medios de transmisión (radio, televisión) y medios de exhibición (tableros, letreros, carteles, afiches), cartas de presentación (vía correo normal y e-mails, webside), folletos.

### ***Estrategias para la publicidad exterior***

En principio se utilizará la televisión local para dar a conocer mi empresa ya que considero que es uno de los medios más importantes debido a que tiene mayor alcance; su naturaleza audio visual refuerza la capacidad del impacto de los anuncios y posee selectividad geográfica.

Otra buena opción será la publicidad en vallas fijas dinamizadas y publicidad estática en mobiliarios urbanos (marquesinas, mupis, cabinas telefónicas).

Otra alternativa es la publicidad en el punto de venta que como se ve es muy frecuente en todas las empresas y que automáticamente pasan a formar parte de la decoración del establecimiento.

Por último se producirán y distribuirán afiches publicitarios en puntos estratégicos como locutorios, bibliotecas, centros sanitarios, colegios y lugares de mayor afluencia latina.

## **2.9 LOGOTIPO**

Este logotipo simboliza “la vitalidad”, que es todo lo que necesitamos para tener plenitud de vida, únicamente usémoslo para nuestro desarrollo físico y emocional. Se ha utilizado estos colores suaves porque significan sobriedad, elegancia, paz, serenidad.

### **Verde**

Significa Naturaleza y Vida es el color de la abundancia, tranquilidad, frescura, movimiento y la imaginación creadora. Los tonos suaves son ampliamente utilizados en productos de limpieza, cosmetología y bebidas creando sensación de frescura asociado con la jardinería, las flores, principio natural de vida.

### **Rosado**

“La vida color de ROSA” es un color suave, cálido, dulce. Comúnmente asociado a la femineidad, sus tonos pasteles utilizados con acierto suelen ser exquisitos.

### **Blanco y Negro**

El contraste por excelencia, la dualidad, lo opuesto. Blanco es la elegancia, la vitalidad, la confianza y la delicadeza. Despierta una sensación de calma, paz y energía. *Negro* implica seriedad, formalidad, autoridad y distinción. Es comúnmente utilizado para indicar elegancia, sofisticación, selección especial, lo más caro.



**CAPITULO III**  
**ESTUDIO TÉCNICO**



### 3 ESTUDIO TÉCNICO.

#### 3.1 TAMAÑO Y LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO

En este proyecto el tamaño será la cantidad de pacientes admitidos en cada terapia al año.

De acuerdo al crecimiento de la demanda del mercado en la división, deporte, estética y belleza, estimamos un crecimiento anual del 4%, donde las ventas se ajustan a la capacidad de las instalaciones del centro.

#### FACTORES QUE DETERMINAN EL TAMAÑO DEL PROYECTO

La determinación del tamaño responde a un análisis interrelacionado de una gran cantidad de variables de un Proyecto:

- Demanda
- Disponibilidad de insumos
- Localización y plan estratégico comercial del desarrollo futuro de la Empresa que se crearía con el Proyecto, entre otras cosas.

Para nuestro proyecto hemos considerado la cantidad demandada proyectada a futuro es quizás el factor condicionante más importante del tamaño.

Para medir la función de demanda con la cual se enfrenta el proyecto en estudio y se analizan sus proyecciones futuras con el objeto de que el tamaño no solo responda a una situación coyuntural de corto plazo, sino que se optimice frente al dinamismo de la demanda.

**Cuadro Nº 7. TAMANO DEL PROYECTO**

AÑO	DEMANDA	OFERTA	DEMANDA INSATISFECHA	OFERTA DEL PROYECTO	%
	A	B	A-B		
1	9,345.00	8,126.00	1,219.00	20.000	4%
2	9,456.00	8,188.24	1,267.76	20.500	4,16%
3	9,467.00	8,148.53	1,318.47	20.500	4,32%
4	9,550.00	8,178.79	1.371.21	20.500	4,49%
5	9,650.00	8,223.94	1,426.06	20.500	4,67%
total		40865.5			

Dónde:

Crecimiento anual de la demanda insatisfecha = 1,219.00

Estimación de crecimiento anual = 4%

Proyección del proyecto = 5 años

### **Capacidad Instalada.**

Expresa la capacidad máxima disponible permanentemente en cantidad de servicios por unidad de tiempo.

Definición del tamaño para el caso específico de nuestro proyecto, significa el señalar el número de terapias realizadas, en caso de una demanda fuerte, en un periodo de tiempo determinado. (Minuto, hora, día, mes, año).

Y este, equivale a 5 servicios de terapia/hora, 50 terapias /día, 1500 terapias/mes, o 18.000 servicios de terapia/año.

Se contempla que en el año de arranque de operaciones, las terapias ofertadas, se realicen al 65% de su capacidad, por lo que se estima un volumen de 11.700 terapias realizadas.

Dónde:

$$\text{El volumen} = \frac{18.000 \frac{\text{terapias}}{\text{año}} \times 65\%}{100\%} = 11.700 \text{ terapias realizadas}$$

Estimando que para el quinto año, la capacidad utilizada del centro, llegara al 100%, es decir trabajara a toda su capacidad de diseño.

Reservas y capacidad ociosa. Se puede comentar que estará estrechamente relacionada con el margen de capacidad utilizada de servicios, y representa, la capacidad ociosa, la diferencia entre la capacidad diseñada y la utilizada realmente.

Durante el año de inicio, se menciona que el servicio de terapias, operaran al 65% de su capacidad diseñada, por lo tanto su capacidad ociosa será del 35% y este porcentaje será su reserva de capacidad, de la cual podrá disponer a lo largo de su periodo de vida útil.

### **3.2 MACRO LOCALIZACIÓN**

La macro localización se refiere a la ubicación general del proyecto. El Centro de Diversión Terapéutica se localizará en la ciudad de Lorca provincia de Murcia país España.

Lorca es un municipio español de la Región de Murcia situado en el sureste de la Península Ibérica. Es la tercera población en importancia de la Región de Murcia, con 91.906 habitantes (INE2009), después de Murcia y Cartagena.

Está ubicada en la parte suroccidental de la Región de Murcia, en el valle del Guadalentín. Sus coordenadas son 37° 41' de latitud Norte y 1° 42' de longitud Oeste y está situada a 353 metros sobre el nivel del mar. Su término municipal se divide en 39 pedanías, algunas de ellas se encuentran a más de 40 km de distancia del casco urbano.

Aunque su casco urbano contaba en 2009 con una población de 59.212 habitantes, si se incluye el resto del término municipal su población asciende a 90.924 habitantes (INE2008). Lorca es el segundo municipio más extenso de España (1.676 km<sup>2</sup>), después de Cáceres.

### Gráfico N° 20. Cuadro N° Mapa del Término Municipal de Lorca.



Fuete: Wiki pedía

### 3.3 MICRO LOCALIZACIÓN

Para determinar la micro localización óptima se utilizó el método de matriz por puntos. Las clasificaciones que se utilizaran son las siguientes: **Malo, Bueno y Excelente.**

Los sectores para calificar escogidos son los barrios: San José, la Viña y el Ovalo de Santa Paula. Se describe la matriz para estos sectores.

**Cuadro Nº 8. MATRIZ DE MICRO LOCALIZACIÓN**

FACTORES	Ponderac	B A R R I O S					
		San José		La Viña		Ovalo Sant.Paula	
		Calificac.	Ponderac.	Calificac.	Ponderac.	Calificac.	Ponderac.
<b><i>CRITICOS</i></b>	<b><u>65%</u></b>						
Cercanías al domicil. cliente	25%	3	75%	3	75%	2	50%
Contaminación del ruido	20%	2	40%	1	20%	1	20%
Estacionamientos	10%	2	20%	2	20%	2	20%
Servicio telefónico	5%	3	15%	3	15%	3	15%
Funcional	5%	3	15%	3	15%	3	15%
<b><i>NO CRITICOS</i></b>	<b><u>25%</u></b>						
Vías de acceso	15%	3	45%	3	45%	3	45%
Descongestión tráfico vehicul.	10%	1	10%	1	10%	1	10%
<b><i>COADYUVANTES</i></b>	<b><u>10%</u></b>						
Servicios básicos	5%	3	15%	3	15%	3	15%
Transporte público	5%	3	15%	3	15%	3	15%
<b>TOTAL</b>	<b>100%</b>		<b>250%</b>		<b>230%</b>		<b>205%</b>

Se ubicará en el Barrio San José debido a que:

- Tiene cercanía a los potenciales clientes.
- La contaminación del ruido es menor en este sector que en los demás
- Se cuenta con una buena área de estacionamiento.
- Cuenta con los servicios básicos necesarios.
- El local es funcional
- Tiene vías de acceso, que no cuenta con mucha congestión vehicular.
- Existe líneas de transporte público para este sector.

**Grafico Nº 21. CROQUIS DE UBICACIÓN**



**Fuete:** La Autora

### **3.4 INGENIERÍA DEL PROYECTO**

La ingeniería de un proyecto tiene por objeto llevar una doble función: primero, la de aportar la información que permita hacer una evaluación económica del proyecto; y segundo la de establecer las bases técnicas sobre las que se construirá e instalará la planta, en caso de que el proyecto demuestre ser económicamente atractivo.

### **3.5 DIFERENCIAS DEL CENTRO DE DIVERSIÓN TERAPÉUTICA CON SUSTITUTOS PRINCIPALES**

**SPA.-** Es un establecimiento de salud que ofrece tratamientos, terapias o sistemas de relajación, utilizando como base principal el agua. No hay un origen cierto de la palabra “spa”. Algunos lo atribuyen al pueblo belga de Spa, que era conocido en la época romana por sus baños, mientras que otros especulan que viene del acrónimo en latín de la frase “salute per aquam”, o sea, “salud a través del agua”

También en estos lugares dan servicios de estética como masajes adelgazantes, mascarillas especiales, limpiezas faciales, reiki, aroma terapia entre otros. En este mercado los servicios de esta clase de negocio son considerados muy caros.

**GIMNASIO.-** Es un lugar que permite realizar deporte y ejercicio en un recinto cerrado. Se puede practicar a partir de los dieciséis años en algunos países, bajo la dirección de entrenadores. Debido a la competencia que existe en todos los niveles de este negocio, los precios actuales son muy accesibles al mercado.

**CENTRO ESTÉTICO.-** Sitio donde se imparten principalmente tratamientos para adelgazar, además de tratamientos faciales. La moda extrema de la esbeltez hizo que esta clase de servicios tenga un boom en el mercado por lo tanto los precios que manejan son altos.

El Centro de Diversión Terapéutica reúne en un solo lugar terapias totalmente innovadoras en el mercado, que sirven también para relajarse y hacer ejercicio físico. Estas terapias utilizan actividades muy divertidas que el mercado conoce pero que no las aplica para relajarse y mejorar su estado físico. Los precios que manejará el Centro son muy asequibles, la diversidad de los servicios permite manejar en mejor forma su costo.

### 3.6 DESCRIPCIÓN DE LAS TERAPIAS Y SUS BENEFICIO <sup>7</sup>

**Cuadro N° 9. PLANIFICACION HORARIA DE LAS TERAPIAS**

ACTIVIDAD	HORIOS DE LUNES A SABADOS EN LA MANANA									
	<b>Bailoterapia</b>	07:00	07:45	08:00	08:45	09:00	09:45	10:00	10:45	11:00
<b>Musicoterapia</b>	07:00	07:45	08:00	08:45	09:00	09:45	10:00	10:45	11:00	11:45
<b>Risoterapia</b>	07:00	07:45	08:00	08:45	09:00	09:45	10:00	10:45	11:00	11:45
<b>Cantoterapia</b>	07:00	07:45	08:00	08:45	09:00	09:45	10:00	10:45	11:00	11:45
<b>Terapia de relajacion</b>	07:00	07:45	08:00	08:45	09:00	09:45	10:00	10:45	11:00	11:45
	HORIOS DE LUNES A SABADOS EN LA TARDE Y NOCHE									
<b>Bailoterapia</b>	17:00	17:45	18:00	18:45	19:00	19:45	20:00	20:45	21:00	21:45
<b>Musicoterapia</b>	17:00	17:45	18:00	18:45	19:00	19:45	20:00	20:45	21:00	21:45
<b>Risoterapia</b>	17:00	17:45	18:00	18:45	19:00	19:45	20:00	20:45	21:00	21:45
<b>Cantoterapia</b>	17:00	17:45	18:00	18:45	19:00	19:45	20:00	20:45	21:00	21:45
<b>Terapia de relajacion</b>	17:00	17:45	18:00	18:45	19:00	19:45	20:00	20:45	21:00	21:45

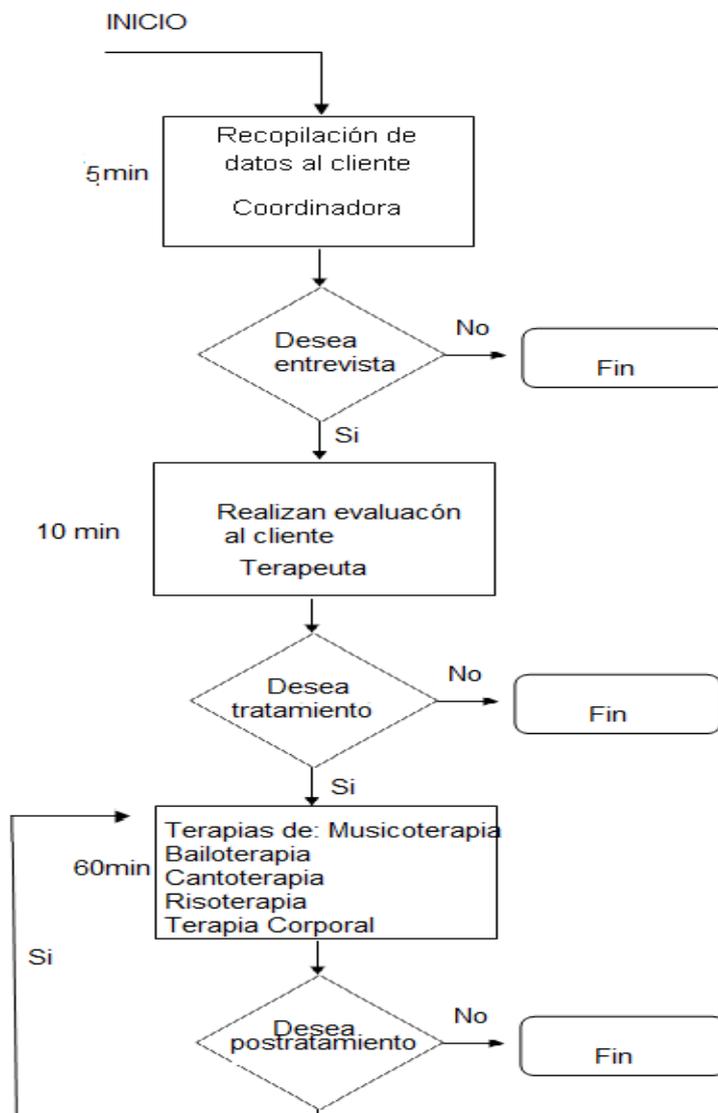
Este horario serán llevados a cabo con los terapeutas y entrenadores

---

<sup>7</sup> Ver Anexo N° 4

### 3.7 PROCESO DEL SERVICIO DE TERAPIAS

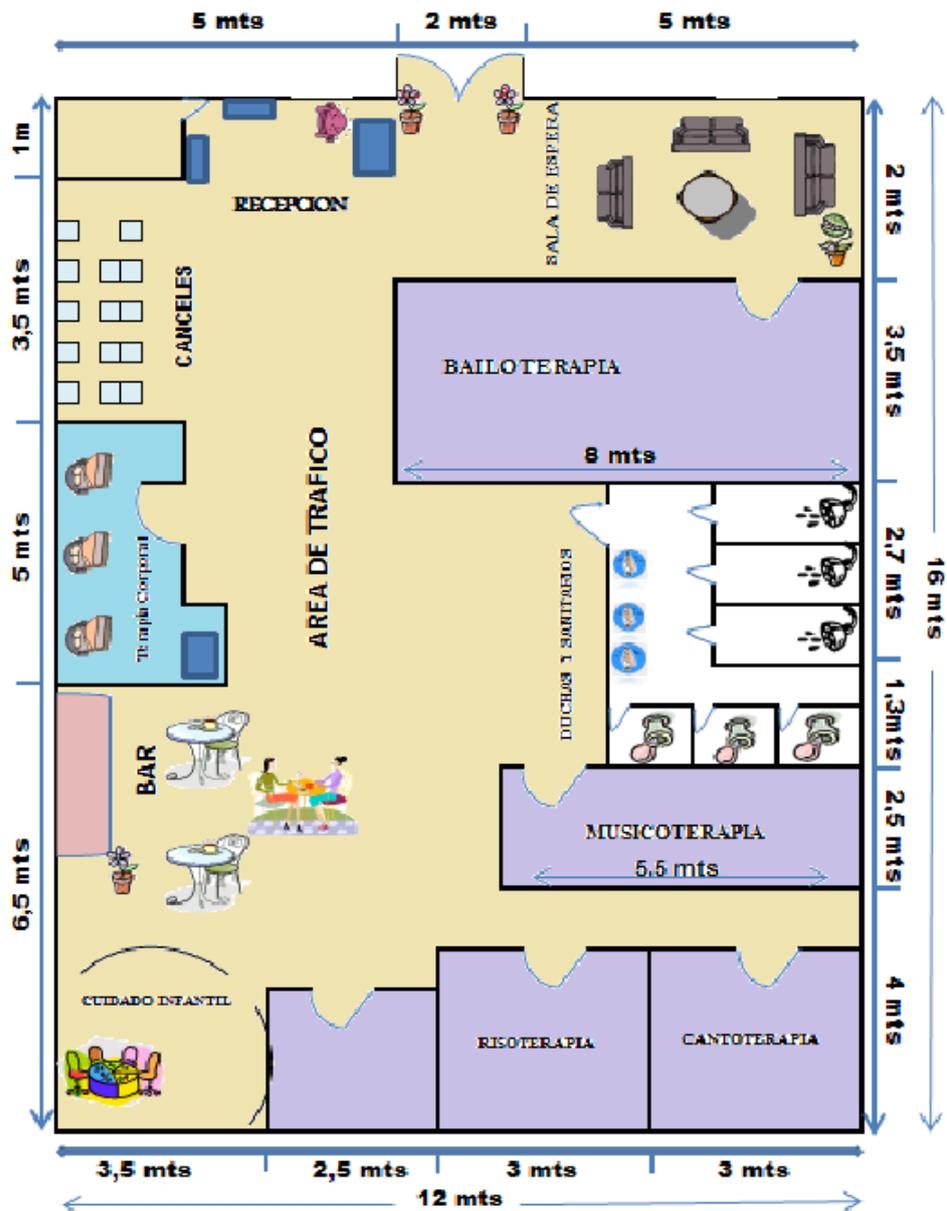
Grafico N° 22. PROCESO SERVICIO TERAPIAS



**Fuente:** La Autora

### 3.8 DISEÑO Y DISTRIBUCIÓN DE LA PLANTA

Gráfico N° 23. DISTRIBUCIÓN DE LA PLANTA



**Fuente:** La Autora

#### Áreas:

<ul style="list-style-type: none"> <li>• Recepción</li> <li>• Sala de espera</li> <li>• Canceles</li> <li>• Bailoterapia</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Terapia corporal</li> <li>• Musicoterapia</li> <li>• Cantoterapia</li> <li>• Cuidado infantil</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Bar</li> <li>• Duchas y sanitarios</li> <li>• Área de tráfico</li> </ul>
---	---	---

Los equipos necesarios para iniciar con el Centro de Diversión Terapéutica son los siguientes:

## Cuadro Nº 10. EQUIPOS Y ARTÍCULOS PARA EL CENTRO

DESCRIPCIÓN	FUNCIÓN A CUMPLIR	CANT.
Equipo de audio	Habilidades cognitivas y sociales	6
Equipo de video	Los videos estimulan la imaginación	4
Camillas	Sirven para revisar al paciente	3
Sillones reclinables	Sirven para relajación del paciente	4
Juegos de sala	Lugar para esperar	4
Gradas movibles	Rehabilitadores	3
Biombos	Rehabilitadores	2
Juegos de jardín	Recreación	3
Juegos didácticos	Estimulan los sentidos	6
Corrales de bebe	Lugar de estar para bebes	2
Juegos de comedor (8 personas)	Lugar para servirse alimentos	2
Mesa de trabajo	Para realizar trabajos sobre apoyo	1
Sillas de niños	Sentar a niños con seguridad	12
Colchonetas	Sirve para realizar ejercicio	2
Cocina	Para manipular alimentos	1
Implementos cocina	Para realizar comida	1
Refrigerador	Para mantener los alimentos a temperaturas considerables	1
Microondas	Para calendar los alimentos con agilidad	1
Frigorífico mostrador	Para mostrar los productos	1
Computador	Para realizar trabajos con tecnología	1
Estación de trabajo	Ejecutar aplicaciones	1
Closet metálicos (12 espacios)	Para guardar accesorios terapéuticos	3

**Fuente:** La Autora

### 3.9 ASPECTOS ADMINISTRATIVOS Y LEGALES

Para el cumplimiento de sus funciones la empresa “Centro de Diversión Terapéutica Compañía Anónima” estructuralmente estará constituida por los siguientes niveles:

- Directivo
- Ejecutivo
- Operativo

## **Características**

- Los accionistas son dos
- Capital dividido en acciones negociables
- Accionistas responden únicamente por el monto de sus acciones
- Se administra por mandatarios amovibles, socios o no.
- No podrá adoptar una denominación que pueda confundirse con la de una compañía pre existente
- No podrá formar una Compañía Anónima entre conyugues ni entre padres e hijos no emancipados

## **Nivel Directivo**

El nivel Directivo representa el más alto grado de la estructura de la empresa; orientará y dirigirá la política de la empresa; su relación de autoridad es directa respecto del nivel ejecutivo y sus decisiones se cumplen a través de éste.

El nivel Directivo estará conformado por la Junta General de la Empresa. La Junta General estará integrado por los Accionistas de la Empresa.

## **Nivel Ejecutivo**

Corresponde al nivel Ejecutivo, cumplir y hacer cumplir las políticas fijadas por el Directorio; su relación de autoridad es directa sobre el nivel Operativo.

Está conformado por el Gerente de la Empresa.

El Gerente de la Empresa será nombrado por el Directorio. Es la máxima autoridad de la administración en la Organización.

## **Nivel Operativo**

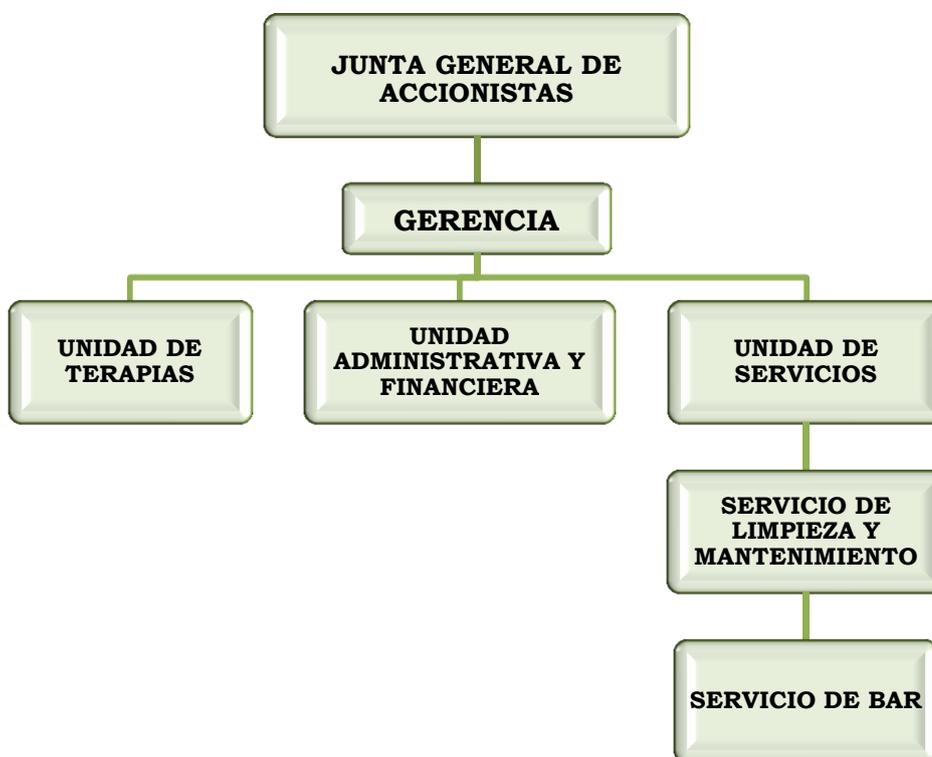
El nivel Operativo ejecutará las políticas y los programas de los trabajos fijados por los niveles Directivo y Ejecutivo, tendientes a la consecución de los objetivos de la empresa. Estará conformado por las siguientes unidades:

- Unidad de terapias
- Unidad de servicio al cliente
- Unidad de servicios generales

A continuación se muestra los organigramas del “Centro de Diversión Terapéutica”.

### 3.10 ORGANIGRAMAS

Gráfico N° 24. ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL

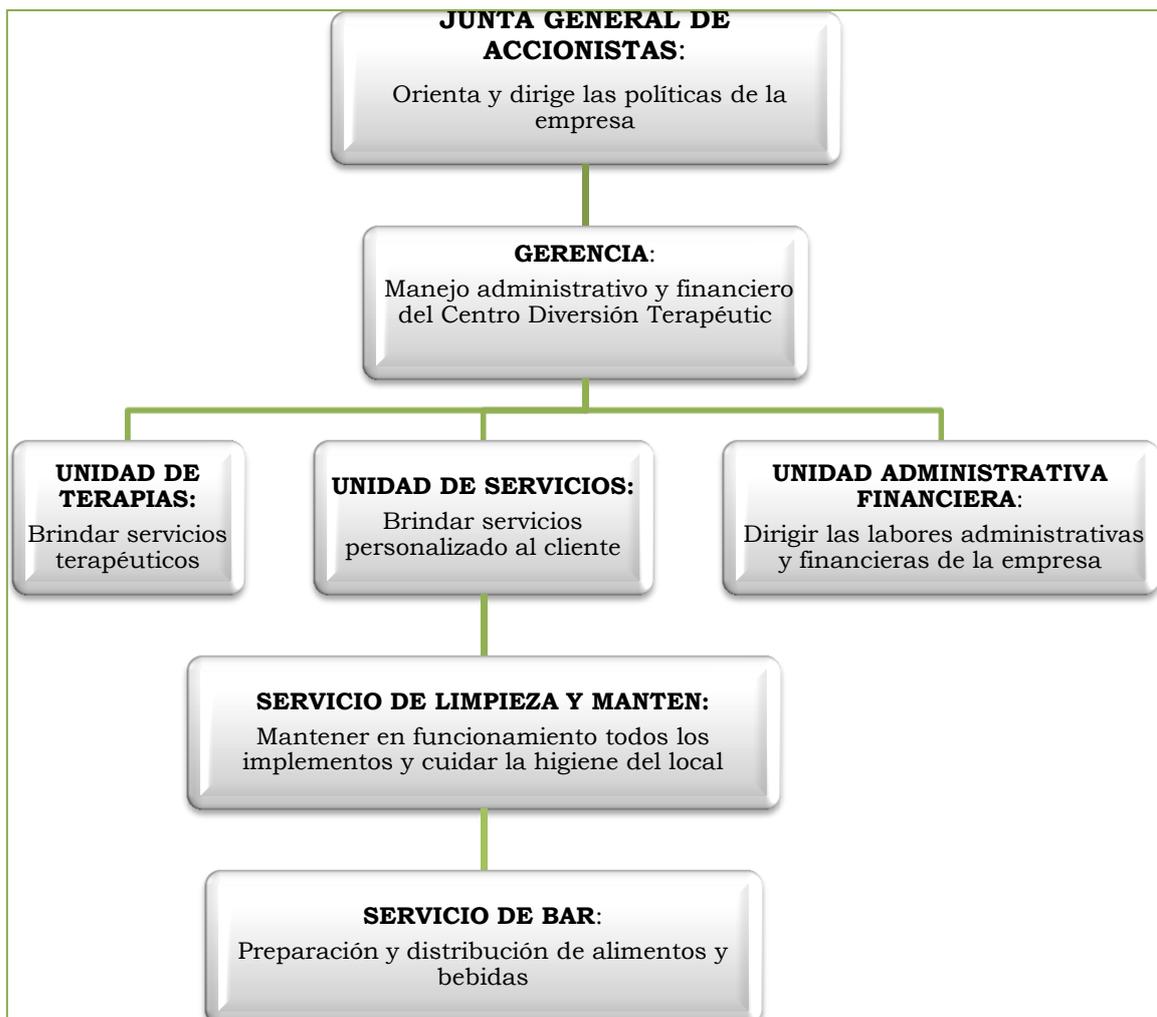


## Gráfico N° 25. ORGANIGRAMA POSICIONAL



## Gráfico N° 26. ORGANIGRAMA FUNCIONAL

El organigrama funcional permite identificar claramente las funciones para cada una de las áreas y del personal correspondiente.



El personal con que contará el proyecto es el siguiente:

### **Cuadro N° 11. PERSONAL PARA EL CENTRO**

<b>C A R G O S</b>	<b>SERVICIOS QUE PRESTA</b>	<b>Nº Perso nas</b>	<b>Sueldo mensual</b>	<b>Total nómina Mensual</b>
Gerente	Representa y coordina una organización	1	800.00 €	800.00 €
Terapeutas	Realizan las terapias	3	800.00 €	2,400.00 €
Entrenadores	Encarg.ada de direccionar e instruir	2	700.00 €	1,400.00 €
Secretaria Contadora	Organiza la agenda, eventos otros	1	700.00 €	700.00 €
Parvulario	Se encarga de los niños	1	700.00 €	700.00 €
Servicio limpieza y mantenimiento	Limpia el establecimiento	1	500.00 €	500.00 €
Servicio de bar	Atiende a sus clientes con alimentos	1	600.00 €	600.00 €
Asistente	Es un ayudante	1	500.00 €	500.00 €
<b>TOTAL</b>		<b>11</b>		<b>7,600.00 €</b>

**Fuete:** Datos obtenidos de acuerdo a la realidad del país y basados en SMI fijados por el gobierno español.

### **3.11 FUNCIONES DE LA JUNTA GENERAL**

#### **NIVEL DIRECTIVO**

OBJETIVO: Dirigir las actividades de la empresa a través de la determinación de políticas, estrategias, normas y disposiciones.

1. Establecer las políticas de la empresa, coordinando con los planes y programas que se hayan fijado.
2. Dictar reglamentos y regulaciones que hagan viable la eficaz aplicación, que permita a sus distintos niveles el mejor cumplimiento de sus funciones.
3. Autorizar la adquisición de bienes muebles e inmuebles.
4. Nombrar al Gerente de la empresa por un período indefinido.

#### **NIVEL EJECUTIVO**

##### **FUNCIONES DE LA GERENCIA**

1. Presenta en el transcurso del último trimestre de cada año, el proyecto a cumplirse en el año siguiente y consecuentemente los programas de inversión y financieros.
2. Formular los proyectos de Estatutos, Reglamentos y Regulaciones, así como sus

respectivas reformas.

3. Preparar el informe anual a la Junta General de Accionistas.
4. Nombrar, aceptar renunciaciones, suspender y remover a los demás empleados.
5. Dirigir la Administración de la empresa, buscar el mejoramiento de su organización, y velar por el cumplimiento de las resoluciones de la Junta General

## **NIVEL OPERATIVO**

### **FUNCIONES DE LA UNIDAD DE TERAPIAS**

1. Atender a los clientes en las diferentes terapias, dependiendo del diagnóstico, el tratamiento y el post-tratamiento a seguir.
2. Cumplir con las expectativas del cliente, ajustándose al reglamento interno.
3. Recomendar el menú nutricional que se ofertará en el Centro.

### **FUNCIONES DE SERVICIO AL CLIENTE**

#### **Coordinadora**

1. Atender e informar al cliente sobre los diferentes servicios que presta el Centro de Diversión Terapéutica.
2. Llevar registro de clientes.
3. Realizar Tele marketing
4. Manejo de la comunicación organizacional.

#### **Asistente de Servicios**

1. Atender a los niños que ingresan al área de cuidado infantil

### **FUNCIONES DE SERVICIOS GENERALES**

#### **Asistente 1**

1. Elaborar el menú nutricional diario
2. Atención al cliente que utilice los servicios del Bar
3. Mantener el stock necesario de los productos que se expenden en el Centro
4. Mantenimiento de toda el área del Bar

#### **Asistente 2**

1. Mantener la limpieza e higiene del Centro
2. Mantener las instalaciones del Centro en excelente condiciones.

**CAPITULO IV**  
**ESTUDIO ECONÓMICO FINANCIERO**



## 4 ESTUDIO ECONÓMICO FINANCIERO

Para el proyecto de **“Creación de un Centro de Diversión Terapéutica para los Latinos Residentes en la Ciudad de Lorca Provincia de Murcia-España”** se requiere del financiamiento en: Inversiones en activos fijos e inversiones en capital de trabajo.

El análisis económico pretende determinar cuál es el monto de los recursos económicos necesarios para la realización del proyecto, cuál será el costo total de la operación, así como otras son indicadores que servirán de base para la parte final y definitiva del proyecto, que es la evaluación económica.

### OBJETIVOS

- Medir la factibilidad Financiera
- Medir la capacidad de Pago.

#### 4.1 INVERSIONES

Es la determinación de los recursos financieros necesarios para la instalación y puesta en marcha de la empresa. La inversión para este proyecto es:

##### **Inversiones en activos fijos tangibles**

Las inversiones fijas tangibles se adquieren de una vez durante la etapa de instalación del proyecto; se utiliza a lo largo de la vida útil y que su destino no es la venta.

**Equipos:** Tomando los requerimientos estimados en el Estudio Técnico, procedemos a elaborar el cuadro correspondiente en donde se incluyen: toda la maquinaria y equipos que forman parte del proceso de producción. Se recomienda estimar esta inversión a precios CIF.

**Muebles de oficina:** Para estimar las necesidades podemos valernos de los proveedores especializados y estimaciones propias, de acuerdo a los planos y a los requerimientos de personal, es conveniente elaborar un cuadro de requerimientos.

## Activos Fijos:

### Cuadro Nº 12. Activos Fijos:

DESCRIPCION DEL ACTIVO	Vida Util años	Valor Contable	Valor Depreciación Anual	Depreciación Anual
Equipos de oficina	10	6,500.00 €	10%	650.00 €
Muebles de oficina	10	4,800.00 €	10%	480.00 €
Equipos de computación	3	591.84 €	20%	118.37 €
<b>TOTAL</b>		<b>11,891.84 €</b>		<b>1,248.37 €</b>

**Fuente:** De acuerdo a lo requerido por el estudio técnico se ha obtenido estos valores de catálogos de IKEA y presupuesto de “Sala Sistemas”

## Activos Intangibles

Calificativo de todo aquello que no tiene una presencia corpórea o física, y que no está destinado por la empresa para su venta. Los activos intangibles son la parte directa de los costos de funcionamiento, pero son parte de la inversión si se pagan de una vez, al comienzo. Los activos intangibles que se invertirá en este proyecto son:

### Cuadro Nº 13. Activos Intangibles (Diferidos)

DETALLE	Valor
Gastos Pre-operacionales	
Pago de abogado	1.200,00 €
Gastos de Instalación y Montaje	800,00 €
<b>TOTAL</b>	<b>2.000,00 €</b>

**Fuente:** Proforma de gastos y honorarios profesionales

### Cuadro Nº 14. Amortización Intangible

DETALLE	Valor	Años	Amortización Anual
Gastos Pre-operacionales			
Pago de abogado	1.200,00 €	5	240,00 €
Gastos de Instalación y Montaje	800,00 €	5	160,00 €
<b>TOTAL</b>			<b>400,00 €</b>

**Fuente:** Cálculo de amortización a 5 años.

En la amortización de los activos intangibles, diferente a la depreciación de activos fijos, no tienen una vida útil definida, por lo que cada empresa deberá determinar la vida útil de su intangible considerando que ésta debe ser la menor entre la vida útil estimada y la duración de su respaldo legal.

Quiere decir esto que si la vida útil estimada de un intangible es de 10 años, y la licencia adquirida es por 5 años, la vida útil deberá ser de 5 años, puesto que esta es la menor de las dos, como lo expuesto en el cuadro N° 4.3

#### 4.2 CAPITAL DE TRABAJO

El capital de trabajo (también denominado capital corriente, capital circulante, capital de rotación, fondo de rotación o fondo de maniobra) es una medida de la capacidad que tiene una empresa para empezar o continuar con el normal desarrollo de sus actividades en el corto plazo. Se calcula como el excedente de activos de corto plazo sobre pasivos de corto plazo.

#### 4.3 PROVISIÓN DEL GASTO

La provisión del gasto se realiza a tres meses porque es el tiempo que duran los tratamientos. Se estima que en el primer mes no se cumplirán los 100 tratamientos sino un 50% de estos (250,00), para el segundo el 50 (350,00) y el tercer mes se prevé el 100% (500,00).

**Cuadro N° 15. Provisión del gasto**

DESCRIPCION	Valor mes 1	Valor mes 2	Valor mes 3	
Nómina	7,600.00 €	7,600.00 €	7,600.00 €	
Servicios Básicos	180.00 €	180.00 €	180.00 €	
Arriendo	600.00 €	600.00 €	600.00 €	
Insumos e implementos	250.00 €	375.00 €	560.00 €	
<b>TOTAL</b>	<b>8,630.00 €</b>	<b>8,755.00 €</b>	<b>8,940.00 €</b>	<b>26,325.00 €</b>

**Fuente:** Cifras obtenidas del estudio técnico

#### 4.4 RESUMEN DE LA INVERSIÓN

**Cuadro N° 16. Resumen de la inversión**

DESCRIPCION	Valor
Activos Tangibles	12,060.00 €
Activos Intangibles	2,000.00 €
Capital de Trabajo	26,325.00 €
<b>TOTAL</b>	<b>40,385.00 €</b>

**Fuente:** Cifra obtenida de acuerdo a los activos.

El trabajo tiene como objetivo presentar en forma resumida la metodología y los resultados preliminares de la estimación del balance de activos en concepto de inversión y la evolución del patrimonio neto de los estados contables de las empresas son de inversión directa.

#### 4.5 FINANCIAMIENTO

Es el conjunto de recursos monetarios financieros para llevar a cabo una actividad económica, con la característica de que generalmente se trata de sumas tomadas a préstamo que complementan los recursos propios.

**Cuadro Nº 17. Financiamiento**

DESCRIPCION	Valor
Recursos Propios	30,216.84 €
Crédito	10,000.00 €
<b>TOTAL</b>	<b>40,216.84 €</b>

**Fuente:** Observación

Los recursos pueden ser propios o mediante créditos se los puede obtener, donde el uso que se le hace a las cuentas por pagar de la empresa, del pasivo a corto plazo acumulado, como los impuestos a pagar, las cuentas por cobrar y del financiamiento de inventario como fuentes de recursos.

#### 4.6 ESTADO DE SITUACIÓN INICIAL

**Cuadro Nº 18. Estado de Situación Inicial**

ACTIVO		PASIVO	
CORRIENTE	26,325.00 €		
FIJO	11,891.84 €	Deuda a largo Plazo	10,000.00 €
Equipos de Oficina	6,500.00 €		
Muebles de Oficina	4,800.00 €		
Equipos de Computación	591.84 €		
DIFERIDO	2,000.00 €		
Gastos Constitución	1,200.00 €	Capital Social	30,216.84 €
Gastos Instalación y Montaje	800.00 €		
<b>Total Activos</b>	<b>13,891.84 €      40,216.84 €</b>	<b>Total Pasivo y Patrim.</b>	<b>40,216.84 €</b>

El Balance General se ha realizado en el Cuadro Nº17, resumen de todo lo que tiene la empresa, de lo que deben y de lo que realmente le pertenece donde se habla del patrimonio.

Al elaborar el balance general el empresario obtiene la información valiosa sobre su negocio, como el estado de sus deudas, lo que debe cobrar o la disponibilidad de dinero en el momento o en un futuro próximo.

#### 4.7 EVALUACIÓN ECONÓMICA Y FINANCIERA

##### Tasa de Descuento o Costo Ponderado de Capital

Es una medida financiera que se aplica para determinar el valor actual de un pago futuro. Es la tasa de rendimiento que requieren los inversionistas sobre los valores de la empresa. Este costo determina la tasa de rendimiento mínima que la empresa deberá obtener de sus nuevas inversiones (con riesgo promedio) a fin de aumentar al máximo su valor. La tasa de descuento empleada en la actualización de los flujos de caja de un proyecto es una de las variables que más influyen en el resultado de la evaluación del mismo, la utilización de una tasa de descuento inapropiada puede llevar a un resultado equivocado de la evaluación.

En si es lo que la empresa paga por el capital, determinado en el mercado de capital: deuda, acciones preferentes, utilidades retenidas, acciones preferentes.

**Cuadro N° 19. Tasa de Descuento**

	Valor Contable	Peso	Costo (Tasa interés)	Costo Ponderado Capital
<b>PASIVO</b>	10,000.00 €	24%	<b>CD = 12%</b>	2.9%
<b>PATRIMONIO</b>	30,385.00 €	76%	<b>Que = 8%</b>	6.1%
	<b>40,385.00 €</b>	<b>100%</b>		<b>9.0%</b>

**Fuente:** Datos tomados de los bancos y empresas locales.

##### Cálculo de la Tasa del Costo de Recurso Propio

Para el cálculo de la tasa del costo de recurso propio se aplicó la siguiente metodología.

MODELO CAMP - **Capital Asset Model Price.**

Se realiza comparación con la tasa de interés que paga un Banco local, en este caso el BBVA (Banco Bilbao Vizcaya Argentaria) que paga el 4%, y también existe en el mercado el sector energético que paga más por invertir en Parques Solares de Energía, se habla de una tasa de 10% en base a esto se puede decir que existe una prima o costo de oportunidad de 6% (RIESGO) porque el sector energético puede quebrar o desaparecer.

$R_f$  (tasa libre de riesgo) = 4%  
 Prima de riesgo (costo de oportunidad) = 6%  
**Que** (tasa de los recursos propios) = 10%

$$\text{Que} = R_f + B (R_M - R_f)$$

### Prima de riesgo

$R_f$  = tasa libre de riesgo

$B$  = Volatilidad

$R_M$  = rendimiento del mercado

**Que** (tasa de los recursos propios)

## 4.8 ESTRUCTURA DE FINANCIAMIENTO

**Cuadro Nº 20. Estructura de Financiamiento.**

DESCRIPCION	Valor
Recursos Propios	30,216.84 €
Crédito	10,000.00 €
<b>TOTAL</b>	<b>40,216.84 €</b>

## 4.9 TABLA DE AMORTIZACIÓN

**Cuadro Nº 21. Amortización del préstamo del Banco BBVA**

Monto Crédito 10,000.00 €  
 Tasa anual 12%  
 Tiempo 3 años  
 Cuotas anuales 4,163 €

Periodo	Pagos parciales	Interese anual	Pagos capital	Capital pendiente
0				10,000 €
1	4,163 €	1,200 €	2,963 €	7,037 €
2	4,163 €	844 €	3,319 €	3,718 €
3	4,163 €	445 €	3,718 €	0 €
	<b>12,490 €</b>	<b>2,490 €</b>	<b>10,000 €</b>	

#### 4.10 DETALLE DE INGRESOS

El Centro de Diversión Terapéutica atenderá la demanda insatisfecha que es 1.219 clientes al año, esto es 1.219 tratamientos. El valor de cada tratamiento es de 115€, valor que cubre el recibir las 5 clases de terapias bailoterapia, terapia corporal, musicoterapia, cantoterapia, y Risoterapia durante un mes. Entonces, el ingreso mensual es de 11.682,00€ y el anual de 140.185,00€. El ingreso del Centro de Diversión Terapéutica, se prevé así:

#### Cuadro N° 22. Ingresos Previstos para el Centro de Diversión Terapéutica

Nº Servicios por año	Precio por tratamiento	Total (1 año)	Valor total mensual
1,219	115.00 €	140,185 €	11,682 €

*Fuente: Previsiones hechas de acuerdo al estudio económico financiero.*

#### 4.11 PRECIO Y CANTIDADES PROYECTADAS

Para la proyección del precio desde el segundo año se ha aplicado el 2% como porcentaje de inflación anual.

El crecimiento del mercado o evolución de los segmentos es del 4% anual, consideramos que los clientes atendidos en el primer año nos darán referidos para captar más clientes. De igual forma el Centro de Diversión Terapéutica realizará publicidad y propaganda.

#### 4.12 INGRESOS PROYECTADOS

#### Cuadro N° 23. Ingresos Proyectados

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Precio	115.00 €	117.30 €	119.65 €	122.04 €	124.48 €
Cantidad	1,219.00	1,267.76	1,318.47	1,371.21	1,426.06
Total Ingresos Proyectados	140,185.00 €	148,708.25 €	157,749.71 €	167,340.89 €	177,515.22 €

*Fuente: Observación de la demanda insatisfecha por precio servicio*

En sentido económico, los ingresos son los caudales que entran en poder de una persona o de una organización. Un sujeto puede recibir ingresos (dinero) por su actividad laboral, comercial o productiva, en este cuadro N°4.12 se ha detallado el total de ingresos proyectados.

#### 4.13 EGRESOS PROYECTADOS

**Cuadro N° 24. Egresos Proyectados**

DESCRIPCION	Valor Año 1	Valor Año 2	Valor Año 3	Valor Año 4	Valor Año 5
Nómina	91,200.00 €	93,024.00 €	94,884.48 €	96,782.17 €	98,717.81 €
Servicios básicos	2,160.00 €	2,203.20 €	2,247.26 €	2,292.21 €	2,338.05 €
Arriendo	7,200.00 €	7,344.00 €	7,490.88 €	7,640.70 €	7,793.51 €
Insum. Implem	3,000.00 €	3,060.00 €	3,121.20 €	3,183.62 €	3,247.30 €
<b>Total</b>	<b>103,560.00 €</b>	<b>105,631.20 €</b>	<b>107,743.82 €</b>	<b>109,898.70 €</b>	<b>112,096.67 €</b>

**Fuente:** Datos obtenidos de los egresos del proyecto

Los egresos incluyen los gastos y las inversiones. El gasto es aquella partida contable que aumenta las pérdidas o disminuye el beneficio. El gasto supone un desembolso financiero, ya sea movimiento de caja o bancario. El pago de un servicio y el arrendamiento de un local comercial son algunos de los gastos habituales que forman parte de los egresos de las empresas, es por ello que se lo ha realizado por cinco años.

#### 4.14 GASTOS

##### Administrativos

**Cuadro N° 25. Gastos Administrativos**

DESCRIPCIÓN	Valor Año 1	Valor Año 2	Valor Año 3	Valor Año 4	Valor Año 5
Materiales oficina	500,00 €	510,00 €	520,20 €	530,60 €	541,22 €
Insumos limpieza	500,00 €	510,00 €	520,20 €	530,60 €	541,22 €
<b>Total</b>	<b>1.000,00 €</b>	<b>1.020,00 €</b>	<b>1.040,40 €</b>	<b>1.061,21 €</b>	<b>1.082,43 €</b>

**Fuente:** Datos obtenidos de los gastos administrativos.

Los gastos más relevantes son los materiales de oficina y los insumos de limpieza.

##### Ventas

### Cuadro N° 26. Proyección de Ventas

DESCRIPCION	Valor Año 1	2	Valor Año 3	Valor Año 4	Valor Año 5
Publicid. Propaganda	6,000.00 €	6,120.00 €	6,242.40 €	6,367.25 €	6,494.59 €
<b>Total</b>	6,000.00 €	6,120.00 €	6,242.40 €	6,367.25 €	6,494.59 €

**Fuente:** Costos estimados de acuerdo a observaciones locales.

Para aumentar las ventas es muy importante la publicidad porque es una técnica de comunicación comercial que intenta fomentar el consumo de un producto o servicio a través de los medios de comunicación. A través de la investigación, el análisis y estudio de numerosas disciplinas, tales como la psicología, la sociología, la antropología, la estadística, y la economía, que son halladas en el estudio de mercado, se podrá desarrollar un mensaje adecuado para el público.

### Financieros

#### Cuadro N° 27. Gasto Financiero

DESCRIPCIÓN	Valor año 1	Valor año 2	Valor año 3
Intereses bancarios	1,200 €	844 €	445 €
<b>Total</b>	<b>2,490 €</b>		

**Fuente:** Dato tomado de acuerdo a la tasa de interés que ofrece el Banco BBVA.

El interés bancario es uno de los mejores inventos de la humanidad. Y de los más lucrativos. Se supone que fue inventado casi simultáneamente con el invento del dinero en épocas antiguas. Los intereses bancarios mueven, hoy en día, miles de millones de euros por mes, siendo la principal fuente de ingresos de los bancos.

#### 4.15 ESTADO DE RESULTADOS

**Cuadro Nº 28. Estado de Resultados**

CONCEPTO	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
(+) INGRESOS	140,185.00 €	148,708.25 €	157,749.71 €	167,340.89 €	177,515.22 €
(-) EGRESOS	103,560.00 €	105,631.20 €	107,743.82 €	109,898.70 €	112,096.67 €
VENTAS	36,625.00 €	43,077.05 €	50,005.89 €	57,442.19 €	65,418.54 €
(-) GASTOS ADMIN	1,000.00 €	1,020.00 €	1,040.40 €	1,061.21 €	1,082.43 €
(-) GASTOS VENTAS	6,000.00 €	6,120.00 €	6,242.40 €	6,367.25 €	6,494.59 €
(-) DEP.ACUMULADA	1,248.37 €	1,248.37 €	1,248.37 €	1,130.00 €	1,130.00 €
(-) AMORTIZACION.	400.00 €	400.00 €	400.00 €	400.00 €	400.00 €
(-) GASTOS FINANC.	1,200.00 €	844.00 €	445.00 €	- €	- €
TOTAL GASTOS	9,848.37 €	9,632.37 €	9,376.17 €	8,958.46 €	9,107.03 €
(=) UTIL. OPERACIONAL	26,776.63 €	33,444.68 €	40,629.72 €	48,483.74 €	56,311.52 €
U. ANTES PARTICIPAC.	26,776.63 €	33,444.68 €	40,629.72 €	48,483.74 €	56,311.52 €
15% TRABAJAFORES	4,016.49 €	5,016.70 €	6,094.46 €	7,272.56 €	8,446.73 €
(=) U. ANTES IMPUESTOS	22,760.14 €	28,427.98 €	34,535.26 €	41,211.18 €	47,864.79 €
25% IMPUES.RENTA	5,690.03 €	7,106.99 €	8,633.81 €	10,302.79 €	11,966.20 €
(=) UTILIDAD NETA	17,070.10 €	21,320.98 €	25,901.44 €	30,908.38 €	35,898.59 €
(-) RESER.LEGAL 10%	1,707.01 €	2,132.10 €	2,590.14 €	3,090.84 €	3,589.86 €
(=) UTILIDAD	15,363.09 €	19,188.89 €	23,311.30 €	27,817.54 €	32,308.73 €

**Fuente:** Datos obtenidos del estudio económico financiero.

Los tipos impositivos del IVA en España, igual que en el resto de los países europeos, tienen que ajustarse a lo dispuesto en el Título VIII de la Directiva del impuesto, que, actualmente establece que el tipo impositivo normal no podrá ser inferior al 15 por ciento (salvo algunas excepciones regionales), sin límite superior, aunque los Estados miembros podrán aplicar uno o dos tipos reducidos, no inferiores al 5 por ciento, en que podrán ser aún más reducidos (entre los que se encuentra el caso español). Dentro de estos límites, los diferentes Estados miembros han aprobado distintos tipos impositivos y, dentro de cada país, estos han ido cambiando para adaptarse a cada coyuntura histórica y económica.

## 4.16 FLUJO NETO DE FONDOS

**Cuadro Nº 29. Flujo neto de fondos**

CONCEPTO	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
<b>GASTO E INVERSION</b>						
ACTIVO FIJO	11,891.84 €	11,891.84 €	11,891.84 €	11,891.84 €	11,891.84 €	11,891.84 €
OTROS ACTIVOS						
ACTIVOS DIFERIDOS	2,000.00 €	2,000.00 €	2,000.00 €	2,000.00 €	2,000.00 €	2,000.00 €
CAPITAL DE TRABAJO	26,325.00 €	26,325.00 €	26,325.00 €	26,325.00 €	26,325.00 €	26,325.00 €
<b>INGRESOS</b>		<b>140,185.00 €</b>	<b>148,708.25 €</b>	<b>157,749.71 €</b>	<b>167,340.89 €</b>	<b>177,515.22 €</b>
<b>EGRESOS</b>						
COSTOS DE PRODUC.		103,560.00 €	105,631.20 €	107,743.82 €	109,898.70 €	112,096.67 €
GASTO ADMINISTRA.		1,000.00 €	1,020.00 €	1,040.40 €	1,061.21 €	1,082.43 €
GASTO VENTA		6,000.00 €	6,120.00 €	6,242.40 €	6,367.25 €	6,494.59 €
GASTO FINANCIEROS		1,200.00 €	844.00 €	445.00 €	- €	- €
25% IMP. RENTA		5,690.03 €	7,106.99 €	8,633.81 €	10,302.79 €	11,966.20 €
15% PARTC.TRABAJ.		4,016.49 €	5,016.70 €	6,094.46 €	7,272.56 €	8,446.73 €
10% RESERVA LEGAL		1,707.01 €	2,132.10 €	2,590.14 €	3,090.84 €	3,589.86 €
<b>TOTAL EGRESOS</b>		<b>123,173.54 €</b>	<b>127,870.99 €</b>	<b>132,790.04 €</b>	<b>137,993.35 €</b>	<b>143,676.48 €</b>
<b>FLUJO DE FONDOS</b>		<b>17,011.46 €</b>	<b>20,837.25 €</b>	<b>24,959.67 €</b>	<b>29,347.54 €</b>	<b>33,838.73 €</b>
DEPRECIACION		1,248.37 €	1,248.37 €	1,248.37 €	1,130.00 €	1,130.00 €
AMORTIZACION		400.00 €	400.00 €	400.00 €	400.00 €	400.00 €
<b>TOTAL FLUJO DE FONDOS</b>	<b>40,216.84 €</b>	<b>18,659.83 €</b>	<b>22,485.62 €</b>	<b>26,608.04 €</b>	<b>30,877.54 €</b>	<b>35,368.73 €</b>

**Fuente:** Datos obtenidos del estudio económico financiero (ver cuadros que anteceden)

En el análisis financiero los fondos equivalen a dinero; flujo de fondos es, entonces, flujo de dinero o flujo de caja. Con dinero se pagan las deudas en el momento de su vencimiento, las remuneraciones al personal, los intereses a los acreedores, los impuestos al Estado, los dividendos a los propietarios. Cuando una empresa no genera suficiente dinero sus mecanismos de funcionamiento “se empastan”: se restringe su crédito para comprar insumos o equipamiento.

Debe operar al contado; pero si no tiene suficiente dinero, se reduce la magnitud de las compras que puede hacer, y con ello el tamaño de sus operaciones y su competitividad en términos de relaciones con los clientes y de desarrollo de tecnología.

Finalmente desaparecerá. Será liquidada, en el sentido de que se convertirán en dinero (se harán líquidos) sus activos (los que aún conserve) para hacer frente a sus pasivos.

**CAPITULO V**  
**EVALUACIÓN FINANCIERA**



## 5 EVALUACIÓN FINANCIERA

### 5.1 VALOR PRESENTE NETO VPN

Es la ganancia generada por el proyecto durante su vida útil. La fórmula que nos permite calcular el Valor Presente Neto es:

$$\text{VPN} = -\text{GI} + (\text{FE}_1 / (1+K)^1) + (\text{FE}_2 / (1+K)^2) + \dots + (\text{FE}_n / (1+K)^n)$$

**VPN** valor presente neto

**FE** flujo neto de efectivo.

**GI** es el valor del desembolso inicial de la inversión.

**K** tasa del costo de oportunidad del capital o de rendimiento requerido.

**n** es el número de períodos considerado.

#### Cuadro Nº 30. VALOR PRESENTE NETO

	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
FLUJO DE FONDOS	- 40,217 €	18,660 €	22,486 €	26,608 €	30,878 €	35,369 €
		17,119 €	18,926 €	20,546 €	21,874 €	22,987 €
<b>VAN</b>	<b>61,236 €</b>					

**Fuente:** La Autora

En base a los criterios de aceptación se concluye que el proyecto debe ser aceptado, porque como podemos observar el valor presente neto es mayor a cero ( $\text{VPN} > 0$ ).

### 5.2 LA TASA INTERNA DE RETORNO (TIR)

Cada oportunidad de inversión que se nos presenta, significa realizar un trabajo de análisis exhaustivo.

La TIR sirve para identificar claramente el tiempo en que recuperaremos el capital asignado a una inversión. Para su cálculo también se requiere proyectar los gastos por efectuar (valores negativos) e ingresos por recibir (valores positivos) que ocurren en períodos regulares. La TIR, se puede calcular con los beneficios antes o después de impuestos.

La fórmula que nos permite calcular la Tasa Interna de Rendimiento es:

$$GI = (FE_1 / (1+TIR)^1) + (FE_2 / (1+TIR)^2) + \dots + (FE_n / (1+TIR)^n)$$

**TIR** tasa interna de rendimiento.

**FE** flujo neto de efectivo.

**GI** es el valor del desembolso inicial de la inversión.

**COC** costo de oportunidad del capital o tasa de rendimiento mínimo aceptable.

### Cuadro Nº 31. TASA INTERNA DE RETORNO

	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
FLUJO OPERATIVO DESCONTADO	-40,216.84 €	18,659.83 €	22,485.62 €	26,608.04 €	30,877.54 €	35,368.73 €
<b>TIR</b>	<b>51%</b>					

**Fuente:** La Autora

En base a los criterios de aceptación concluimos que el proyecto debe ser aceptado, porque como podemos observar la tasa interna de rendimiento es mayor a costo de oportunidad (TIR > COC).

### 5.3 RELACIÓN BENEFICIO/COSTO O ÍNDICE DE RENTABILIDAD

La relación beneficio/costo o índice de rentabilidad, toma los ingresos y egresos presentes netos del estado de resultado, para determinar cuáles son los beneficios por cada euro que se sacrifica en el proyecto.

La relación beneficio /costo es un indicador que mide el grado de desarrollo y bienestar que un proyecto puede generar a una comunidad.

La fórmula que nos permite calcular el índice de rentabilidad es:

$$IR = ((FE_1 / (1+K)^1) + (FE_2 / (1+K)^2) + \dots + (FE_n / (1+K)^n)) / GL$$

**IR** Índice de rentabilidad.

**FE** flujo neto de efectivo.

**GL** gasto inicial de la inversión.

**K** costo de oportunidad del capital o tasa de rendimiento mínimo aceptable.

### Cuadro Nº 32. RELACION BENEFICIO COSTO

Flujo operacional descontado	RB/C =	Valor actual/inversión
61,236	RB/C =	40,217
	RB/C =	1.52

*Fuente: La Autora*

Como podemos observar en base a los criterios de aceptación concluimos que el proyecto debe ser aceptado, porque como podemos observar los beneficios son mayores que los sacrificios ( $IR > 1$ ).

#### 5.4 PERIODO DE RECUPERACIÓN

Se define como el período que tarda en recuperarse la inversión inicial a través de los flujos de caja generados por el proyecto.

La inversión se recupera en el año en el cual los flujos de caja acumulados superan a la inversión inicial.

### Cuadro Nº 33. PERIODO DE RECUPERACION

Años	Flujo de efectivo	Flujos de entrada acumulativos
0	40,216.84 €	
1	18,659.83 €	18,659.83 €
2	22,485.62 €	41,145.45 €
3	26,608.04 €	67,753.49 €
4	30,877.54 €	98,631.03 €
5	35,368.73 €	133,999.76 €

*Fuente: La Autora*

$PR = \text{Año anterior a la recuperación} + \frac{\text{Costo no recuperado al principio del año}}{\text{Flujo de efectivo durante el año de la recuperación}}$

**PRI = 1.54**

Como se puede apreciar, el proyecto se recuperará antes del año aproximadamente a los 10 meses, 14 días, entre más corto sea el periodo de recuperación mejor será para la inversión.

## RESUMEN DEL PROYECTO

**Cuadro N° 34. RESUMEN DEL PROYECTO**

Indicador	Valor	Conclusión
VPN	61,235.93 €	
TIR	51%	Viable
PRI	18	Viable
R B/C	1.52	Viable

**Fuente:** La Autora

## CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

### CONCLUSIONES

- Al efectuar el estudio de mercado se concluye que la demanda insatisfecha calculada para el primer año es de 1.219 habitantes Latinos en Lorca.
- Para realizar el proyecto se requiere una inversión inicial de 40.216,84 euros la misma que será financiada 10.000,00 euros por un banco local y la otra parte con recursos propios.
- La evaluación financiera permitió determinar que el proyecto es rentable, se obtuvo un VAN 61.236,00 €, con una Tasa Interna de Retorno 51%, Periodo de Recuperación de 1 año 6 meses 13 días, Relación de Beneficio Costo de 1.52., lo que quiere decir que el proyecto es viable.
- En el estudio económico para La empresa Renacer se afirma que al realizar el flujo de caja en cada año se obtiene un ingreso para los primeros años respectivamente como se muestra a continuación:

Flujo Año 0	-	40,217 €
Flujo Año 1		18,660 €
Flujo Año 2		22,486 €
Flujo Año 3		26,608 €
Flujo Año 4		30,878 €
Flujo Año 5		35,369 €

La proyección financiera de los 5 primeros años de operación sugiere que el flujo de caja en los cinco primeros años es alto.

## **RECOMENDACIONES**

- Crear el Centro de Diversión Terapéutica “Renacer” siendo siempre positivo y muy creativo con miras de expandir la proyección de servicios no solo para clientes pertenecientes a la comunidad latinoamericana sino para el público en general con el fin de asegurar un mejor retorno de la inversión y también para integrar nuestra comunidad a la sociedad local.
- Para que el Centro de Diversión Terapéutica abra las puertas al mercado deberá ofrecer todas las facilidades necesarias a sus clientes haciéndoles sentir confortables en las instalaciones y conformes con el servicio recibido, para ello podemos también implementar servicios alternativos.
- El Centro de Diversión Terapéutica deberá alcanzar altos estándares de servicio para que los clientes disfruten de la experiencia y justifiquen el dinero y tiempo invertido en el Centro, y de esta manera obtener una imagen competitiva en el mercado, conseguir clientes regulares que den una buena referencia de los servicios recibidos lo que potencialmente expandirá la base de la clientela y podremos mantener el negocio en marcha.
- Establecer una política de permanente renovación en términos de servicios, terapias y actividades, esto hará que el elemento de innovación sea un factor que mantenga la clientela pero también alcance diferentes sectores dentro y fuera de la comunidad latinoamericana.
- El objetivo primario de la inversión es crear un negocio rentable pero en términos de carácter social, el Centro de Diversión Terapéutica “Renacer” podría convertirse en el puente de integración entre la comunidad latinoamericana y la sociedad española, esta experiencia puede ser aplicada en otras áreas de España y de esta manera a mediano plazo se podría expandir la inversión a otras ciudades donde se encuentre primariamente una comunidad latinoamericana.
- Que el Centro de Diversión Terapéutica logre alcanzar los objetivos financieros y al mismo tiempo logre prestar un servicio de calidad, que sea útil y beneficioso para la salud y bienestar de nuestros clientes. Con esto estaremos aportando al desarrollo de una sociedad armoniosa.

## BIBLIOGRAFÍA

### LIBROS:

- ♦ ADRIANI, C., BIASCA, R. y RODRÍGUEZ, M., (2004). *Un nuevo sistema de gestión para lograr PYMES de clase mundial*. Colombia: Gráficas de la Sabana Ltda.
- ♦ ANDERSON, SWEENEY, WILLIAMS (2006). *Métodos Cuantitativos para los Negocios*. México: Novena Edición THOMSON.
- ♦ BACA URBINA G. (2007). *Evaluación de Proyectos*. México: Quinta Edición MCGRAW-HILL INTERAMERICANA EDITORES S.A.
- ♦ BELTRAN, A., TORRES, E. CAMARGO, R. y BELLO PEREZ, C. (2004) *Pymes un reto a la competitividad*, Colombia: UNIVERSIDAD EXTERNADO DE COLOMBIA
- ♦ DANTE ILLESCAS, W., (2005). *Relaciones públicas prácticas de aplicación en PYMES y emprendimientos*. Argentina: MacchiGrupo Editor S.A.
- ♦ FREIRE, A., (2005). *Pasión por emprender*. Bogotá: Grupo Editorial Norma
- ♦ FLACSO – ECUADOR (2002). *Internet y Sociedad en América Latina y el Caribe*. Ecuador: Imprenta RISPERGRAF.
- ♦ FISCHER, L. y ESPEJO, J., (2007). *Mercadotecnia Tercera Edición*. . México: MCGRAW-HILL INTERAMERICANA EDITORES S.A.
- ♦ GUIZAR MONTUFAR, R. (2008). *Desarrollo organizacional principios y aplicaciones*. México: Tercera Edición, MCGRAW-HILL INTERAMERICANA EDITORES S.A.
- ♦ LILIANA, E., GNAZZO, C., LEDESMA, A., DOMINGUEZ, M., ELASKAR, L., ESPINA, J., OCHOA, R., PEÑA, G. y URDANIZ. (2007). *Gestión de los negocios internacionales*. . México: Pearson Educación de México S.A.
- ♦ MONGUE GONZÁLEZ, R., ALFARO AZOFEIFA, C. y ALFARO, R. Costa Rica: Editorial Tecnológica.
- ♦ PIERRE ANDRE, J., (2005). *Emprendimiento regional y economía del conocimiento*, Universidad Javeriana.
- ♦ PINTO SAAVEDRA, J., (2001). *Las PYMES de servicios públicos*. Colombia: Karand Adenauer Stiftung.
- ♦ VILLARROEL RIBADENEIRA, P., (2004). *Tomo I y II Espíritu emprendedor*. Quito: Creación de empresas impreso S&A Editores CAF, EPN, ESPE, UNITA.

- ♦ VILLARROEL RIBADENEIRA, P. (2005). *Idea genial empresarial Exacto visual*. Quito: Creación de empresas impreso S&A Editores CAF, EPN, ESPE, UNITA
- ♦ VALDUÉRTELES BARTOS, I. (2007). *PYMES en las trincheras*. España: CieDossat.
- ♦ VAN HORNE, J. y WACHOWICZ, J. JR. (2002). *Fundamentos de Administración Financiera*, México S.A: Pearson Educación.
- ♦ VIDAL BENEYTO, J. (2002). *La Ventana Global*. España: Santillana Ediciones Generales.
- ♦ WELSCH, GLENN A. y Cols (2005). *Presupuestos Planificación y Control*. México S.A: Pearson Educación.

#### **REVISTAS:**

- ♦ DECISIÓN, La revista del cambio empresarial, “*Las pymes como proveedores de las grandes empresas*”. DECISIÓN Edición 25
- ♦ FÉLIZ, SOCORRO. “*El Poder y las PYMES.*” DECISIÓN, No. 25
- ♦ MILAN, J. (2009) “*Hay que apoyar a las PYMES.*” SEÑALES, No. 81.

#### **PÁGINAS DE INTERNET:**

*El numero de emigrantes empadronados en Espana.* (2010, Febrero 7). Retrieved 2010, from [www.diariodesevilla.es/.../empadronados](http://www.diariodesevilla.es/.../empadronados):

<http://www.diariodesevilla.es/article/espana/625841/numero/inmigrantes/empadronados/espana/se/quintuplica/anos.html>

*La inmigracion ecuatoriana en la region de Murcia.* (2004). Retrieved 2010, from [www.revistas.um.es/geografia/article: http://revistas.um.es/geografia/article/view/44591](http://www.revistas.um.es/geografia/article/view/44591)

*www.bde.es/webbde/.../DocumentosOcasiones/06/Fic/do0607.pdf.* (2006). Retrieved 2012, from Radiografía del sector servicios en espana:

[www.bde.es/webbde/.../DocumentosOcasiones/06/Fic/do0607.pdf](http://www.bde.es/webbde/.../DocumentosOcasiones/06/Fic/do0607.pdf)

*www.ipyme.org/.../Retrato\_PYME\_2009.pdf.* (n.d.). Retrieved 2012, from Retrato de la PYME 2009 - Dirección General de Política de la PYME.: Retrato de la PYME 2009 - Dirección General de Política de la PYME.[www.ipyme.org/.../Retrato\\_PYME\\_2009.pdf](http://www.ipyme.org/.../Retrato_PYME_2009.pdf)

*www.monografias.com.* (n.d.). Retrieved 2012, from Estrategias competitivas en pequeñas empresas de servicios: <http://monografias.com/trabajo25/estrategias-competitivas/estrategias-competitivas.shtml>

## ANEXOS

### ANEXOS 1

Padrón a 1 de enero de 2010.									
Comunidad Autónoma de la Región de Murcia Población por sexo y edades									
AMERICA Y EL CARIBE	Varones			Total Varones	Mujeres			Total Mujeres	TOTAL Por PAIS
	16-44 años	45-64 años	65 años y más		16-44 años	45-64 años	65 años y más		
Costa Rica	31	3	0	34	19	11	1	31	65
Cuba	258	109	15	382	333	110	38	481	863
El Salvador	47	6	1	54	49	7	1	57	111
Guatemala	102	7	1	110	56	6	0	62	172
Honduras	95	15	1	111	186	25	3	214	325
Nicaragua	118	17	0	135	228	40	2	270	405
Panamá	17	2	1	20	22	6	0	28	48
República Dominicana	211	30	5	246	319	61	13	393	639
Resto de America Central y Caribe	0	3	0	3	2	1	0	3	6
Argentina	640	194	28	862	675	227	63	965	1,827
Bolivia	5,530	729	14	6,273	6,458	940	28	7,426	13,699
Brasil	613	68	1	682	1,221	160	14	1,395	2,077
Chile	207	58	5	270	191	54	8	253	523
Colombia	2,122	465	20	2,607	2,691	658	72	3,421	6,028
Ecuador	16,669	3,280	71	20,020	14,433	2,391	115	16,939	36,959
Paraguay	722	102	0	824	1,171	107	6	1,284	2,108
Perú	384	81	3	468	347	72	5	424	892
Uruguay	127	51	6	184	152	52	18	222	406
Venezuela	199	50	6	255	299	83	14	396	651
Resto de América del Sur		0	0	-	2	0	0	2	2
<b>Total América y Caribe</b>	<b>28,092</b>	<b>5,270</b>	<b>178</b>	<b>33,540</b>	<b>28,854</b>	<b>5,011</b>	<b>401</b>	<b>34,266</b>	<b>67,806</b>

*Fuente:* Elaboración propia de datos obtenidos del Instituto Nacional de Estadística.

**ANEXO 2**

Población Económicamente Activa por Nacionalidades del municipio de Lorca del 2009													
	Argentina	Bolivia	Brasil	Colombia	Cuba	Chile	Ecuador	Paraguay	Perú	Rep. Dominican	Uruguay	Venezuela	TOTAL
Varones	48	859	15	102	8	14	3,783	5	59	18	3	18	4,932
Mujeres	44	691	42	102	15	16	3,074	14	56	31	6	12	4,103
Total	92	1,550	57	204	23	30	6,857	19	115	49	9	30	9,035

*Fuente:* Instituto Nacional de Estadística

Anexo N° 3



**UNIVERSIDAD TÉCNICA PARTICULAR DE LOJA**

*La Universidad Católica de Loja*

**ESCUELA DE CIENCIAS CONTABLES Y AUDITORIA**

OBJETIVO: Determinar la necesidad existente para la creación de un Centro de Diversión Terapéutica para Latinos en España

Lugar y Fecha:..... Hora: .....

Encuesta N°: ..... Nombre del encuestador: .....

1 **DATOS GENERALES**

- P1** ¿Usted realiza ejercicio fisico? (ESPONTANEA – UNICA)
- SI ( )      1 Pasa P3  
NO ( )      2 Pasa P2
- P2** ¿Por qué razón no realiza ejercicios físicos? (ESPONTANEA - MULTIPLE)
- Precio ( )      1  
Falta de tiempo ( )      2  
Falta de costumbre ( )      3  
No existe un lugar cerca de la residencia para hacer ejercicios ( )      4 Pasa P7
- P3** ¿Qué tipo de ejercicio realiza? (ESPONTANEA - MULTIPLE)
- Caminar ( )      1  
Abdominales ( )      2  
Gimnasia ( )      3  
Trotar ( )      4  
Ciclismo ( )      5  
Bailar ( )      6  
Aerobicos ( )      7  
Otros ( )      8
- P4** ¿De los siguientes ejercicios cual realiza con mayor frecuencia?(ESPONTANEA-UNICA)
- Caminar ( )      1  
Abdominales ( )      2  
Gimnasia ( )      3  
Trotar ( )      4  
Ciclismo ( )      5  
Bailar ( )      6  
Aerobicos ( )      7  
Otros ( )      8
- P5** ¿A que lugares asiste para realizar estos ejercicios? (ESPONTANEA - MULTIPLE)
- Parques ( )      1  
Gimnasios ( )      2  
Casa ( )      3  
SPA ( )      4  
Centro médico ( )      5  
Otros ( )      6

- P6** ¿Con qué frecuencia realiza ejercicios? **Expresar en días (ESPONTANEO - UNICA)**
- |                        |   |
|------------------------|---|
| 1 día a la semana ( )  | 1 |
| 2 días a la semana ( ) | 2 |
| 3 días a la semana ( ) | 3 |
| 4 días a la semana ( ) | 4 |
| 5 días a la semana ( ) | 5 |
| 7 días a la semana ( ) | 6 |
- P7** ¿Ha realizado terapias de relajación? **(ESPONTANEA - UNICA)**
- |        |           |
|--------|-----------|
| SI ( ) | 1 Pasa P9 |
| NO ( ) | 2 Pasa P8 |
- P8** ¿Por qué razón no ha realizado terapias de relajación? **(ESPONTANEA - MULTIPLE)**
- |   |            |
|---|------------|
| Desconocimiento del tema ( )                                      | 1          |
| Precios ( )   | 2          |
| Falta de tiempo ( )   | 3          |
| Desconocimiento de lugares que brinden ese servicio ( )           | 4          |
| No existe un lugar cerca de la residencia para hacer terapias ( ) | 5          |
| Otros ( )   | 6 Pasa P15 |
- P9** ¿Qué tipo de terapias de relajación ha realizado? **(ESPONTANEA - MULTIPLE)**
- |                  |   |
|------------------|---|
| Meditación ( )   | 1 |
| Yoga ( )         | 2 |
| Masajes ( )      | 3 |
| Aromaterapia ( ) | 4 |
| Otros ( )        | 5 |
- P10** ¿Con qué frecuencia realiza estas terapias al mes? **Expresar en días (ESPONTANEA-UNICA)**
- |                        |   |
|------------------------|---|
| 1 día a la semana ( )  | 1 |
| 2 días a la semana ( ) | 2 |
| 3 días a la semana ( ) | 3 |
| 1 vez al mes ( )       | 4 |
| 2 veces al mes ( )     | 5 |
| 2 veces al año ( )     | 6 |
| cada trimestre ( )     | 7 |
| diariamente ( )        | 8 |
| cuando lo necesita ( ) | 9 |
- P11** ¿A qué lugares asiste para realizar estas terapias? **(ESPONTANEA - MULTIPLE)**
- |                            |   |
|----------------------------|---|
| Parques ( )                | 1 |
| Gimnasios ( )              | 2 |
| Casa ( )                   | 3 |
| SPA ( )                    | 4 |
| Centro médico ( )          | 5 |
| Centros especializados ( ) | 6 |
| Centros de estética ( )    | 7 |
| Otros ( )                  | 8 |
- P12** ¿Me podría decir cuál es el nombre del lugar o lugares donde usted realiza terapias de relajación? **(ESPONTANEA - MULTIPLE)**
- .....
- .....

**P13 ¿De las siguientes alternativas en que horario frecuentemente realiza este tipo de terapias? (INDUCIDA - MULTIPLE)**

- De 6 a 7 am ( ) 1
- De 7 a 8 am ( ) 2
- De 8 a 9 am ( ) 3
- De 9 a 12 am ( ) 4
- De 12 am a 15 pm ( ) 5
- De 15 pm a 17 pm ( ) 6
- De 17 pm a 18 pm ( ) 7
- De 18 pm a 19 pm ( ) 8
- De 19 pm en adelante ( ) 9

**P14 ¿De los valores que usted encuentra a continuación, señale que precio considera caro para una hora de terapia con servicios de excelente calidad? (INDUCIDA - UNICA)**

- Menos de € 16,00 ( ) 1
- De € 16 - € 20 ( ) 2
- De € 21 - € 25 ( ) 3
- De € 26 - € 30 ( ) 4
- De € 31 - € 35 ( ) 5
- De € 36 - € 40 ( ) 6
- Más de € 40,00 ( ) 7

**P15 ¿Conoce usted qué es la comida light? (ESPONTANEA - UNICA)**

- SI ( ) 1
- NO ( ) 2

**P16 ¿Conoce usted qué es alimentación inteligente? (ESPONTANEA - UNICA)**

- SI ( ) 1
- NO ( ) 2

**P17 ¿De los valores que usted encuentra a continuación, señale que precio considera barato para una hora de terapia con servicios de excelente calidad? (INDUCIDA - UNICA)**

- Menos de € 16,00 ( ) 1
- De € 16 - € 20 ( ) 2
- De € 21 - € 25 ( ) 3
- De € 26 - € 30 ( ) 4
- De € 31 - € 35 ( ) 5
- De € 36 - € 40 ( ) 6
- Más de € 40,00 ( ) 7

**P18 ¿Qué tan dispuesta estaría a recibir una terapia a través del canto?. Califique del 1 al 5**

- Nada dispuesta ( ) 1
- Poco dispuesta ( ) 2
- Indiferente ( ) 3
- Dispuesta ( ) 4
- Totalmente dispuesta ( ) 5

**P19 ¿Qué tan dispuesta estaría a recibir una terapia a través de la música?. Califique del 1 al 5**

- Nada dispuesta ( ) 1
- Poco dispuesta ( ) 2
- Indiferente ( ) 3
- Dispuesta ( ) 4
- Totalmente dispuesta ( ) 5

**P20 ¿Qué tan dispuesta estaría a recibir una terapia a través de la risa?. Califique del 1 al 5**

- Nada dispuesta ( ) 1
- Poco dispuesta ( ) 2
- Indiferente ( ) 3
- Dispuesta ( ) 4
- Totalmente dispuesta ( ) 5

**P21 ¿Qué tan dispuesta estaría a recibir una terapia a través del baile?. Califique del 1 al 5**

- Nada dispuesta ( ) 1
- Poco dispuesta ( ) 2
- Indiferente ( ) 3
- Dispuesta ( ) 4
- Totalmente dispuesta ( ) 5

**P22 ¿De los valores que usted encuentra a continuación, señale que precio considera barato para que llegue a dudar de la calidad del servicio? (INDUCIDA - UNICA)**

- Menos de € 16,00 ( ) 1
- De € 16 - € 20 ( ) 2
- De € 21 - € 25 ( ) 3
- De € 26 - € 30 ( ) 4
- De € 31 - € 35 ( ) 5
- De € 36 - € 40 ( ) 6
- Más de € 40,00 ( ) 7

**P23 Ordene desde el más importante al menos importante los siguientes servicios que puede ofrecer el centro de terapias. (INDUCIDA - MULTIPLE)**

- Cuidado de niños ( ) 1
- Servicios de duchas ( ) 2
- Servicios de alimentación light ( ) 3
- Servicio de transporte ( ) 4
- lquiler de máquinas personales para realizar ejercicios en el domicilio ( ) 5
- Tarjeta de membresia ( ) 6

**P24 ¿De los valores que usted encuentra a continuación, señale que precio considera razonable para una hora de terapia con servicio de calidad? (INDUCIDA - UNICA)**

- Menos de € 16,00 ( ) 1
- De € 16 - € 20 ( ) 2
- De € 21 - € 25 ( ) 3
- De € 26 - € 30 ( ) 4
- De € 31 - € 35 ( ) 5
- De € 36 - € 40 ( ) 6
- Más de € 40,00 ( ) 7

**P25 Ordene desde el más importante al menos importante las bebidas que usted consumiría al realizar una terapia. (INDUCIDA - MULTIPLE)**

- Agua con gas ( ) 1
- Agua sin gas ( ) 2
- Jugos naturales ( ) 3
- Bebidas energizantes ( ) 4

**2 DATOS DE CLASIFICACION**

**P26 ¿Me podría decir su fecha de nacimiento?**

...../...../.....

**P27 ¿Cuál es su dirección domiciliaria?**

.....

**P28 ¿Cuántos hijos tiene?**

.....

No tiene hijos

1 Pasa P30

**P29 ¿Cuál es la edad de tu hijo mayor?**

.....

**P30 ¿Cuál es su dirección de correo electrónico?**

.....

No tiene correo

1

## Anexo Nº 4

### DESCRIPCIÓN DE LAS TERAPIAS Y SUS BENEFICIOS



**Bailoterapia.-** Esta es una nueva manera de llegar al bienestar y encontrar de nuevo el equilibrio por medio de la danza. Sobre todo está tomando fuerza este nuevo tipo de terapia en Europa.

La bailoterapia se practica en forma de cursos de grupo que son una mezcla de gimnasia aeróbica y de pasos de danzas latino-americanas como la zumba, salsa, el merengue, el chachachá, el mambo etc. Se canta, se hace ejercicio físico en medio de un ambiente musical que permite desconectarse de los problemas y preocupaciones cotidianas. Es una excelente terapia anti-estrés, además de mejorar el estado físico, ciertas posturas y actitudes positivas son muy buenas para la autoestima y vencer la timidez.

Pensar en el baile como un negocio lucrativo, y que además capte una gran cantidad de adeptos, podría haber sonado como una idea descabellada hace unos años atrás, pero en la actualidad constituye una de las actividades más populares en los gimnasios y espacios deportivos.

La Bailoterapia se ha convertido en el "pan nuestro" de padres, trabajadores y estudiantes de cualquier edad y sexo, que buscan una alternativa más flexible y entretenida en el campo del entrenamiento físico. Sus beneficios no se limitan solamente al cuerpo. Diversos especialistas afirman que el baile es una entretenida vía para drenar malestares resultantes del estrés, así como también constituye una buena terapia para generar un buen estado anímico.



**Cantoterapia.-** Es aprovechar, reconocer y utilizar el poder de la VOZ HUMANA y la música para sanar el cuerpo, fortalecer la mente y liberar el espíritu creativo, la alegría y la imaginación.

Facilita y promueve la comunicación y las relaciones sociales. Se consigue un aumento de la autoestima, aumentando la seguridad en sí mismo ya que la música suele actuar como disparador de pensamientos positivos e ideas creativas.

Se producen cambios emocionales positivos y un mayor dominio de las emociones.

Mejora las funciones motoras y perceptivas: el ritmo, elemento dinámico de la música sirve de estímulo en procesos psicomotores, consiguiendo una mayor coordinación de los movimientos. Actúa como elemento relajante frente a desequilibrios nerviosos y problemas de estrés.

Cantoterapia es definido justamente por su denominación: El canto como terapia. Búsqueda de la sanación y bienestar continuos a través del canto.

En un instante, el canto es capaz de animarnos; nos despierta el espíritu rebosante de amor. Nos despeja la mente y se sabe que nos hace más inteligentes.

El canto reduce los pensamientos relacionados con sentimientos de angustia y tristeza y nos ayuda a nuestro desarrollo personal.



**Musicoterapia.-** Es el uso de la música y sus elementos musicales (sonido, ritmo, melodía y armonía) realizada por un musicoterapeuta calificado con un paciente o grupo, en un proceso creado para facilitar, promover la comunicación, las relaciones, el aprendizaje, el movimiento, la expresión, la organización y otros objetivos terapéuticos relevantes, para así satisfacer las necesidades físicas, emocionales, mentales, sociales y cognitivas.

La musicoterapia tiene como fin desarrollar potenciales o restaurar las funciones del individuo de manera tal que éste pueda lograr una mejor integración interpersonal y consecuentemente una mejor calidad de vida a través de la prevención, rehabilitación y tratamiento.

El musicoterapeuta promueve y registra cambios expresivos, receptivos y relacionales que dan cuenta de la evolución del tratamiento. En las sesiones de musicoterapia, se emplean instrumentos musicales, música editada, grabaciones, sonidos corporales, la voz y otros materiales sonoros.

La musicoterapia no considera que la música por si misma puede curar; no existen recetas musicales generales para sentirse mejor.



**Risoterapia.-** Es una hermosa puerta para lograr la relajación, abrir nuestra capacidad de sentir, de amar, de llegar al silencio, al éxtasis, a la creatividad, sencillamente utilizando la risa como camino.

Se utilizan técnicas que ayudan a liberar las tensiones del cuerpo y así poder llegar a la carcajada, entre ellas: la expresión corporal, el juego, la danza, ejercicios de respiración, masajes, técnicas para reír de manera natural, sana, que salga del corazón, del vientre, de un modo simple como los niños.

Científicamente, se ha comprobado que la risa franca, la carcajada, aporta múltiples beneficios: rejuvenece, elimina el estrés, tensiones, ansiedad, depresión, colesterol, adelgaza, dolores, insomnio, problemas cardiovasculares, respiratorios, cualquier enfermedad. Nos aporta aceptación, comprensión, alegría, relajación, abre nuestros sentidos, ayuda a transformar nuestras pautas mentales.

Recientes estudios sobre la capacidad de las carcajadas para combatir todo tipo de enfermedades indican que mientras reímos liberamos gran cantidad de endorfinas, responsables en gran parte de la sensación de bienestar.

Se utiliza la risa con el fin de eliminar bloqueos emocionales, físicos, mentales, sexuales, sanar nuestra infancia, como proceso de crecimiento personal. Se crea un espacio para estar con uno mismo, vivir el aquí y ahora, estar en el presente, ya que cuando reímos es imposible pensar, nos ayuda a descubrir nuestros dones, abrimos horizontes, vencer los miedos, llenarnos de luz, de fuerza, de ilusión, de sentido del humor, de gozo y aprender a vivir una vida positiva, intensa, sincera y total, como los niños.

Es un buen ejercicio porque se ponen en funcionamiento alrededor de 400 músculos entre los que se cuentan algunos del estómago que no ejercitamos de otra forma que no sea riéndonos. Además un algo de masajes porque se estiran las zonas donde se acumulan generalmente las tensiones, como son los huesos de la columna vertebral y las cervicales.

También genera la limpieza y la lubricación de los ojos por las lágrimas, despeja la nariz y los oídos, y libera toxinas del cuerpo. También oxigena más lo pulmones y la

piel. Y aunque resulte bastante lógico produce endorfinas en el cerebro que proporcionan el equilibrio psíquico de las personas, generando felicidad, serenidad y creatividad, y reduce la ansiedad y el estrés.

Después de una sesión de dos horas, es inevitable sentirse pleno, amoroso, tierno, alegre, vital, energético y un sinfín de sentimientos positivos. Parece mentira cómo un método tan sencillo como es la risa puede aportarnos tanto: la risa es Magia, es Alquimia, es la mejor medicina.

**Terapia Corporal.-** Es la combinación del trabajo unificado con el cuerpo, la mente y la emoción, en el contexto de una relación profesional y humana, con el fin de propiciar la expresión de las emociones, la ampliación de la conciencia, el alivio del sufrimiento, una mayor capacidad de sentir placer y en general crecimiento y desarrollo personal.



La terapia corporal es un acercamiento humano hacia tus limitaciones, síntomas y bloqueos actuales y tus potenciales de auto-sanación y crecimiento.

Es la posibilidad de recobrar la vitalidad del cuerpo a través de masajes, estiramientos, respiración y movimiento.

Las tensiones acumuladas en zonas como el cuello, la espalda y los hombros son las culpables de dolores agudos que muchas veces impiden el normal desenvolvimiento de las actividades cotidianas. No obstante, a juicio del terapeuta corporal Philippe Tadger, a través de la técnica de stretching global es posible alcanzar el estiramiento de todas las cadenas musculares y reducir las dolencias que produce el estrés.

### **Beneficios de la Terapia:**

Equilibrio entre relajación y activación, mejora la postura, balance energético, unidad de cuerpo y mente, desarrolla la conciencia corporal, mejora la circulación, equilibrio del sistema nervioso, mayor vitalidad.

Esta asociación "mente-cuerpo" es el terreno de exploración de las terapias corporales desde hace años. Existen muchas técnicas que pueden incluirse bajo este rótulo.