

“KADOSH SPA”

¡UNA RELAJACIÓN SANTA PARA TU CUERPO, SUPERA EL ESTRÉS,
¡LIBERA TU MENTE!

SANDRITH MARIANA LEÓN MARTÍNEZ

MAGDA YULIANY PUERTO CRISTANCHO

Proyecto de opción de grado III Creación de empresa

CORPORACIÓN UNIFICADA NACIONAL DE EDUCACIÓN SUPERIOR “CUN”

ESCUELA DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

PROGRAMA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

BOGOTÁ D.C.

2019

“KADOSH SPA”

¡UNA RELAJACIÓN SANTA PARA TU CUERPO, SUPERA EL ESTRÉS,
¡LIBERA TU MENTE!

SANDRITH MARIANA LEÓN MARTÍNEZ

MAGDA YULIANY PUERTO CRISTANCHO

Proyecto de opción de grado III Creación de empresa para optar por el título
profesional en Administración de Empresas

Asesor

Manuel Ricardo Rey Romero

CORPORACIÓN UNIFICADA NACIONAL DE EDUCACIÓN SUPERIOR “CUN”

ESCUELA DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

PROGRAMA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

BOGOTÁ D.C.

2019

TABLA DE CONTENIDO

1.	INTRODUCCIÓN	8
2.	JUSTIFICACIÓN	9
3.	MARCO CONCEPTUAL	10
4.	DESCRIPCIÓN DE LA IDEA DE NEGOCIO	14
5.	ESTUDIO DE MERCADOS	16
5.1.	Objetivos del estudio del mercado	16
5.2.	Variables y segmentación del mercado	16
5.3.	Metodología del estudio de mercado	17
5.4.	Análisis concluyente y estimación de la demanda	28
5.5.	Análisis concluyente encuesta madres superiores	28
6.	ESTUDIO ADMINISTRATIVO	29
6.1.	Misión (Identidad estratégica)	29
6.2.	Visión (Futuro preferido)	29
6.3.	Objetivo general	30
6.4.	Objetivos específicos	30
6.5.	Valores corporativos	31

6.6.	Definición de la estructura organizacional _____	31
6.7.	Perfiles de cargo _____	32
6.8.	Manual de funciones _____	33
7.	ESTUDIO LEGAL _____	34
7.1.	Normatividad empresarial _____	34
7.2.	Normatividad ambiental _____	35
7.3.	Normatividad laboral _____	35
7.4.	Normatividad técnica _____	35
7.5.	Análisis de las cinco fuerzas de porter _____	36
8.	ESTUDIO TÉCNICO _____	38
8.1.	Localización de la planta _____	38
8.2.	Proyección de ingresos _____	38
8.3.	Ficha técnica del servicio y procedimiento _____	39
8.4.	Infraestructura, muebles y enseres _____	42
8.5.	Maquinaria y equipo _____	45
8.6.	Materia prima e insumos _____	45
8.7.	Tecnología _____	46
8.8.	Costos: plan de producción _____	47
8.9.	Punto de equilibrio _____	47

8.10.	Plan de compras	48
8.11.	Presupuesto marketing	48
8.12.	Capital de trabajo	48
8.13.	Cadenas de valor	49
8.14.	Plan de marketing	50
8.14.1.	Estrategia de producto.	50
8.14.2.	Estrategia de precio	50
8.14.3.	Estrategia de publicidad	50
8.14.4.	Desarrollo de marca	51
8.14.5.	Logo y slogan	51
9.	ESTUDIO FINANCIERO	52
9.1.	Balance general	52
9.1.1.	Activos	53
9.1.2.	Pasivos	55
9.1.3.	Patrimonio	56
9.2.	Estado de resultados	57
9.3.	Flujo de caja	58
9.4.	Fuentes de financiación	59
9.5.	Capital	59
9.6.	Indicadores financieros	59
9.6.1.	Valor presente neto (VPN)	60

9.6.2. Tasa interna de retorno (TIR)	60
10. CONCLUSIONES	61
11. BIBLIOGRAFÍA	63

RESUMEN

El presente proyecto ratifica la importancia de generar espacios de relajación que favorezcan el desarrollo humano integral en todas las dimensiones y actividades diarias de las personas en sus distintas profesiones; lo cual se puede lograr por medio de la creación de un Spa que preste un servicio local y a domicilio, este último especialmente a comunidades religiosas femeninas con el fin de ofrecer a dichas comunidades beneficios con los servicios del Spa en cuanto al manejo adecuado del estrés y carga laboral diaria a las que se encuentran expuestas, al igual que los demás clientes.

1. INTRODUCCIÓN

Para el desarrollo de una vida digna es de vital importancia mantener la armonía que necesita la mente, el cuerpo y el alma con el fin de edificar el crecimiento integral del ser humano, pero en la rutina cotidiana son muchas las dispersiones que alejan de esa tranquilidad existencial y que conllevan a serios problemas emocionales, causados principalmente por el mal manejo del estrés y sus consecuencias.

Por tal razón, este proyecto busca de manera precisa y sencilla presentar los aspectos fundamentales para la creación empresarial de “KADOSH SPA” en la ciudad de Bogotá, específicamente en el barrio Modelia de la localidad de Fontibón, ubicado al noroccidente del Distrito Capital.

Los estudios y avances realizados enfocan el proyecto en la dinámica de gestión empresarial, realizando un acercamiento a la realidad del mercado, organización financiera y administrativa y probabilidad de viabilidad y factibilidad en el sector socio-económico.

Así mismo, rastrea la necesidad que hay en el mercado, detectando como problema específico el mal manejo del estrés en personas con altas cargas de trabajo y estudio; especialmente en las comunidades religiosas femeninas de la Iglesia Católica, a quienes se desea llevar el servicio a domicilio del Spa, facilitando de esta manera el acceso a los tratamientos y productos estéticos y saludables.

2. JUSTIFICACIÓN

En la actualidad los tratamientos de Spa constituyen un proceso de gran importancia para las sociedades, ya que la población en general maneja un ritmo de vida muy acelerado lleno de cansancio y estrés, por tal motivo es apropiado brindar un sitio agradable y acogedor donde se puedan incorporar en sus rutinas diarias técnicas de relajación para ayudar a prevenir y mejorar enfermedades y tensiones disminuyendo el agotamiento laboral, el estrés mental y físico; renovando la energía de los beneficiados y de las comunidades religiosas femeninas, aumentando su ánimo, ayudando a que consigan una sana convivencia y contribuyendo de esta manera a que exista una mayor satisfacción en sus vidas.

Por este motivo en KADOSH¹ SPA se desea proyectar salud, cuidado, delicadeza, belleza, y bienestar tanto espiritual como físico. No solo estamos enfocados en ofrecer nuestros servicios para conseguir una buena aceptación económica sino que también generar recursos saludables para que de esta manera sea un proyecto llamativo e innovador que al brindar un espacio de relajación y renovación en comunidades religiosas femeninas y a personas externas a ella obtengan una vida saludable, tanto en la salud física como en la emocional, para facilitar así el manejo adecuado de acontecimientos que puedan llegar a perturbar su tranquilidad en su diario vivir.

¹ *Kadosh*. Término hebreo que significa santo. Kadoshim pl. Apartado, separado, distinto, especial, reservado, distinguido, puro, diferente. La palabra Kadosh ha sido reemplazada en las biblias modernas por la palabra Santo que es una palabra totalmente pagana, inventada por el hombre y nos recuerda a los ídolos con el arito en la cabeza de la iglesia católica. (Diccionario Bíblico, s.f.)

3. MARCO CONCEPTUAL

Existen unos ejes transversales fundamentales dentro de la relación investigativa y empresarial del presente proyecto los cuales se presentan aquí desde Salazar (2013) quien expone la definición de los siguientes términos administrativos:

- Servicio: conjunto de diversas actividades o productos integrados que satisfacen las necesidades de una comunidad definida como clientela.
- Atención al cliente: actitud innovadora por medio de la cual una organización ofrece y ejecuta un servicio a quienes interese (clientes) para satisfacer sus necesidades.
- Trabajo: actividades por las cuales se recibe o no una remuneración. El carácter laboral puede ser independiente, dependiente, voluntario o personal, de las cuales depende el pago monetario.
- Calidad: gestión que determina la eficiencia y satisfacción del servicio de una empresa calificada, este proceso es medido por medio de la mejora del servicio y producto según la demanda del cliente.
- Empresa: organización que presta un servicio a partir de unos recursos humanos y materiales calculados y planificados; permitiendo una sostenibilidad económica, tanto de entrada como de salida en términos innovadores.
- Capital: es el total de todos los recursos, bienes y valores necesarios para la construcción y puesta en marcha de la empresa.
- Estética: forma de entender y cuidar la belleza de una persona o cosa desde el punto de vista de lo bello y armónico.

- Mercado: está conformado por todos los posibles compradores interesados en el servicio o producto de una determinada empresa; de esta manera se genera el intercambio de bienes y servicios en el ambiente económico.
- Administración: proceso mediante el cual se puede lograr una adecuada planeación, organización, delegación de funciones, dirección y control de personas en busca de un desarrollo común y sostenible.

Los términos aquí definidos se consideran dentro del proyecto los principales ejes que apoyan la investigación empresarial como fundamento para la ejecución y éxito del objetivo planteado. El proyecto **KADOSH SPA** se llevará a cabo en la ciudad de Bogotá con la idea innovadora de ofrecer un servicio a domicilio para comunidades religiosas femeninas, pero de igual manera se contará con un establecimiento donde ofrecerá sus servicios a personas del común que deseen conocer un nuevo servicio, con nuevos productos e ideales.

Es importante destacar y tener claro que la sigla SPA proviene de la expresión latina, en la definición de Ortega “Salutem per aquam (salud por el agua)” (Ortega, 2015, p. 44), que hace referencia a un establecimiento sanitario que ofrece tratamientos, terapias o sistemas de relajación; este concepto no es nuevo, se origina desde hace muchos años; por ejemplo en la época romana era conocido un spa por sus baños de aguas termales en un centro reconocido y famoso por las propiedades curativas; era el sitio de recreo de las oligarquías aristocráticas y de la alta burguesía, así mismo las clases sociales más altas disfrutaban también de zonas para masajes y de diferentes baños en variadas temperaturas. (Ortega, 2015)

Este concepto con el tiempo se ha extendido poco a poco logrando así que los Spa tengan la oportunidad de ampliar sus servicios con otras técnicas como lo es la aromaterapia, cromoterapia, clases de yoga, meditación, musicoterapia, tratamientos termales, masajes

corporales que ayudan a que el cuerpo y la mente se relaje; contando así mismo con servicio de termas diseñados para todas las edades teniendo en cuenta el presupuesto y lograr brindar un mejor servicio a la comunidad que se acomode a las necesidades de cada uno de los beneficiarios del spa.

Los Spa, en general ofrecen beneficios para la salud en todas las dimensiones humanas, dado que se consigue relajación muscular evitando dolores que continuamente se presenten en el cuerpo, mejorando también problemas del organismo; y beneficios psicológicos porque se logra que las personas se olviden de su alrededor liberando su estrés y centrándose en su propio cuerpo; por último, beneficios estéticos, ya que se ofrecen tratamientos de belleza y además de esto se logra un aspecto más luminoso y rejuvenecido al liberar todo el estrés que acompaña el diario vivir.

En este proyecto el Spa será conocido con el nombre de **KADOSH SPA**, KADOSH que significa santo “designa en el léxico bíblico tanto a Dios o a las peculiares cualidades de Dios, aunque la misma raíz verbal es también usada con otras connotación, que puede ser sagrado” (Skorka, 2006, p.481); este será un nombre representativo que designa el objetivo último del proyecto y que refleja su propuesta de innovación.

Teniendo en cuenta que este proyecto ofrecerá un servicio especialmente a comunidades religiosas femeninas, es de gran importancia conocer que estas comunidades son definidas en la encíclica Vida Consagrada del papa Juan Pablo II, como un instituto organizado y formado por personas que desean consagrar su vida al servicio de Dios, se aclara que estas pueden ser de carácter femenino o masculino; desarrollan actividades pastorales que benefician a la comunidad local. Las congregaciones religiosas son en la Iglesia un estilo de vida que optan por el estilo de vida de Jesús (Juan Pablo II, 1996). Son personas que de alguna u otra manera

también merecen y necesitan estos espacios de relajamiento para manejar el estrés que las acompaña, ya que llevan una vida de gran ocupación por las diferentes actividades tanto laborales, espirituales y académicas que deben desarrollar en su diario vivir, es por esto que el Spa ofrecerá su servicio a domicilio a dichas comunidades para que tengan la oportunidad de contar con estos servicio de tan gran beneficio para la vida consagrada.

Sabiendo que estas mujeres deben vivir con mucho estrés en el transcurrir de sus vidas el cual deben superar, es importante saber que “el estrés es un sentimiento de tensión física o emocional causado por algún sentimiento o situación que se presente en un momento de la vida, pero cuando se permite que el estrés viva mucho tiempo en la vida de una persona esto puede ocasionar daños en su cuerpo” (Vorvick, 2015, p.1). Por este motivo es importante que el ser humano busque espacios que le permitan la relajación integral de cuerpo, mente y espíritu, entiéndase relajación como el proceso de llevar a una armonía pacífica que integran al ser humano. Para ello se pueden utilizar medios físicos o espirituales, en este caso, solucionar el estrés con espacios de masaje, de relajamiento corporal con terapias que incluyen productos naturales y de muy buena calidad para la solución de ciertos problemas de estrés que se presenten; de esta manera lograr que la clientela se encuentre complacida con el servicio que se le está brindando y se puedan dar cuenta que es una idea de negocio totalmente innovadora que se esforzará para ofrecer en el mercado un impacto positivo y agradable para todos.

4. DESCRIPCIÓN DE LA IDEA DE NEGOCIO

Las comunidades religiosas femeninas están diariamente realizando diferentes actividades durante el día, que responden a la actividad pastoral a la cual se dedican en coherencia con su consagración religiosa y misión encomendada; como puede ser dando clases, conferencias, en convivencias, evangelizando, actividades espirituales, atención sanitaria, administración educativa, económica y organizativa. En ocasiones, algunas religiosas estudian en horarios nocturnos junto con la responsabilidad de llegar a preparar sus actividades para el siguiente día. Se podría intuir que su rutina diaria contiene una alta carga laboral y académica.

Además, así mismo deben saber sobrellevar la convivencia dentro de la comunidad con compañeras de diferentes ciudades o países compartiendo y acostumbrándose a sus costumbres y personalidades, lo cual puede llegar a generar momentos de estrés que tendrán que superar con el tiempo y por medio del diálogo.

Es por esto, que esta idea de proyecto se basa en un Spa que ofrezca su servicio a domicilio a estas comunidades religiosas femeninas; ofreciéndoles un agradable trabajo de relajación y bienestar de salud, para que descansen un poco de la monotonía que las rodea y bajen poco a poco la medida de estrés a las cuales están expuestas

Este servicio se ofrecerá a domicilio; teniendo en cuenta que las comunidades religiosas femeninas, no tienen la oportunidad de poder asistir a un Spa, ya que serían muy criticadas por frecuentar un espacio público como este; ya que este es un país donde la religión y quienes la profesan y viven en coherencia son muy juzgados y perseguidos por lo que hagan o dejen de hacer.

Se detectan otras problemáticas como las variaciones que se presenten en la oferta y la demanda de los Spa a medida que va pasando el tiempo y se van incrementando ideas innovadoras en el desarrollo de estos y los consumidores busquen nuevas alternativas de bienes y servicios que les ofrezca todo aquello que cubra las necesidades que se les está presentando.

Es de gran importancia ofrecer este servicio en **KADOSH SPA** ya que estas comunidades deben tener un espacio para dedicarse a ellas mismas, donde se les ofrece un tiempo de relajamiento y ayuda para colaborar con el estrés que deben llevar en sus rutinas diarias por toda la carga laboral, estudiantil y espiritual con la cual deben vivir el día a día.

Por tal razón este proyecto no será rechazado ante estas comunidades porque tendrán presente que siempre podrán contar con este apoyo que se les está brindando para mayor comodidad de ellas y de esta manera lograr que no sean perseguidas, criticadas o difamadas por personas que no están de acuerdo o no entienden que estas mujeres que entregan su vida para la consagración y evangelización también tienen una vida con preocupaciones, tareas, obligaciones, compromisos y muchas actividades más.

Existe la posibilidad, que al principio algunas personas no estén completamente de acuerdo con la idea de proyecto porque quizás no les parezca totalmente conveniente que estas comunidades reciban estos servicios en sus casas de formación, pero es algo que es justo y necesario; vale resaltar que es una idea innovadora que la mayoría de personas aceptarán y participarán de ella.

Se podrá empezar realizando continuamente las sesiones de las diferentes etapas del Spa a las comunidades religiosas femeninas para que de esta manera puedan sobrellevar sus dificultades fácil y rápidamente, contribuyendo para que obtengan una vida saludable.

Igualmente se puede trabajar con productos naturales innovadores y tener precios cómodos para que todos los clientes se encuentren satisfechos con nuestro servicio en todos los aspectos, tanto las comunidades beneficiadas como el público en general que acceda a los servicios que se ofrecen.

5. ESTUDIO DE MERCADOS

5.1. Objetivos del estudio del mercado

- Realizar una encuesta a las comunidades religiosas femeninas con el fin de llevar a cabo un estudio de mercado y conocer nuestro entorno para desarrollar estrategias de marketing que beneficie nuestra idea de negocio.
- Confirmar la viabilidad de nuestra idea de negocio en el mercado.
- Obtener respuestas para la creación de promociones que se ajusten de acuerdo a sus necesidades
- Crear inventario con materia prima suficiente para no tener inconvenientes en la prestación de nuestros servicios.

5.2. Variables y segmentación del mercado

Creación de un Spa que preste un servicio local ubicado en Bogotá más exactamente en la localidad de Fontibón, barrio Modelia y adicionalmente se presta servicio a domicilio; este

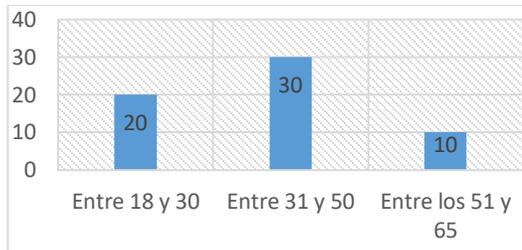
último es un servicio especial para las comunidades religiosas femeninas ubicadas igualmente en la ciudad de Bogotá el cual se generara inicialmente a las comunidades “Misioneras Agustinas Recoletas” y para las “Hermanas Bethlemitas”, logrando que dichas comunidades se beneficien con los servicios del Spa contrarrestando el estrés, y carga laboral diaria, al igual que los demás clientes. Donde con nuestro servicio de calidad lograr generar fidelización para todas las integrantes de las comunidades y de esta manera motivarlas también para que visiten nuestras instalaciones y carga laboral diaria, al igual que los demás clientes.

Los beneficios que prestamos de nuestro servicio a domicilio va dirigido inicialmente a mujeres de las comunidades religiosas femeninas donde en estas comunidades contamos con un amplio rango de edades donde encontramos monjas entre los 18 y los 65 años de edad las cuales se encuentran distribuidas en diferentes casas de los cuales generamos programación para cada uno de ellos , y para todas nuestro clientes externos de las comunidades religiosas nos vamos a enfocar en hombres y mujeres éntrelos 25 y los 45 años de edad inicialmente.

5.3. Metodología del estudio de mercado

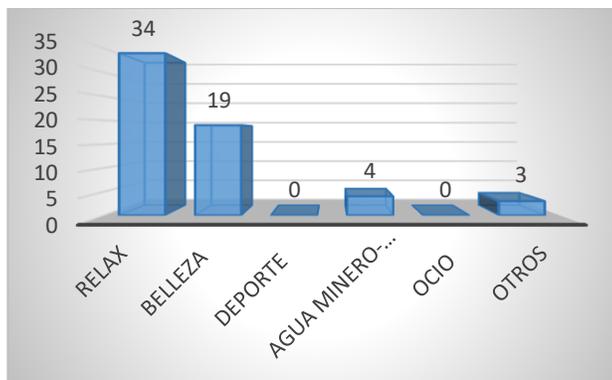
Se realizó un proceso de captación de datos por medio del desarrollo de 60 encuestas a mujeres pertenecientes a diferentes comunidades religiosas femeninas; de esta manera conocer datos exactos del impacto que causa nuestro proyecto en el mercado. A continuación, se presenta la solución de las encuestas y sus respectivos análisis con la información recolectada al elaborar el estudio de mercado correspondiente.

EDAD:



Fuente. Elaboración propia.

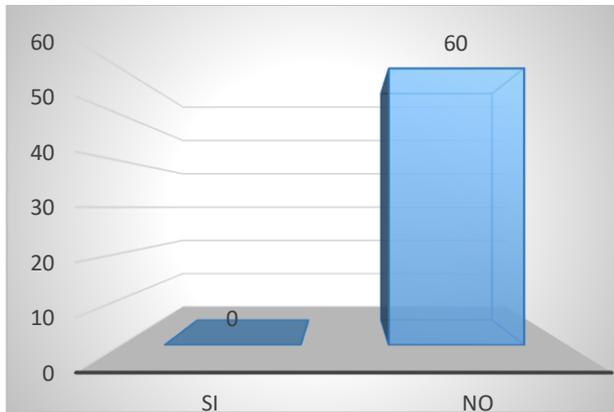
1. ¿Qué características asocia usted a un Spa?



Fuente. Elaboración propia.

Con los resultados que nos arroja la encuesta realizada a la población nos indica que uno de los principales procesos que debemos presentar en una explicación breve de cada uno de los servicios que brindamos.

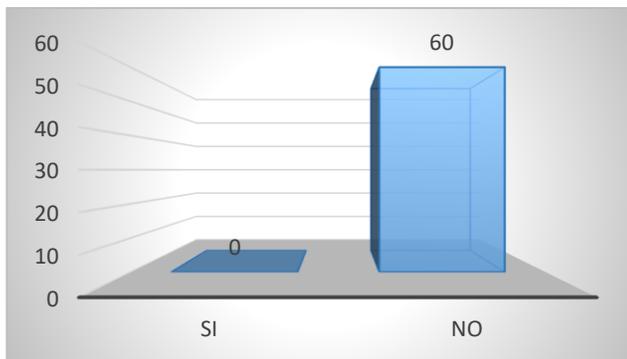
2. ¿Conoce de algún proyecto dirigido a Comunidades Religiosas Femeninas que ofrezcan espacios de relajación o descanso? ¿Cuáles?



Fuente. Elaboración propia.

Las integrantes de las comunidades religiosas femeninas encuestadas ninguna tiene conocimiento de un establecimiento que preste un servicio similar a los que presta Kadosh Spa también logramos verificar que nuestra idea es innovadora y tendrá una buena acogida y nos ayudó a comprobar que no tenemos competencia.

3. ¿Actualmente asiste a un spa? ¿Porqué?

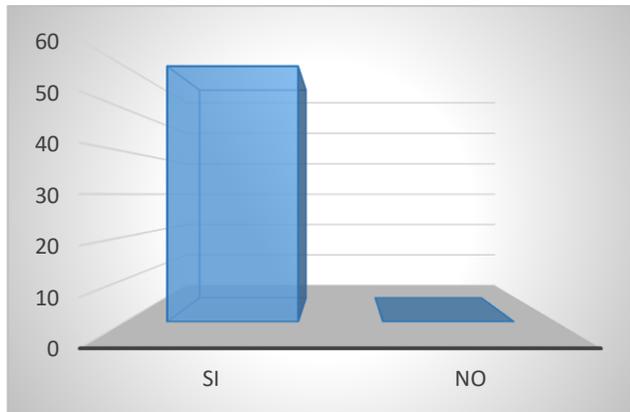


Fuente. Elaboración propia.

Según los resultados de nuestra encuesta el 100% de las integrantes de las comunidades religiosas no asistes a un Spa. Donde el principal motivo por el cual no asisten es por la poca

disponibilidad de tiempo para desplazarse, indicado que prefieren pasar el tiempo realizando otras actividades ya que no es muy bien visto ante los ojos de la población en general.

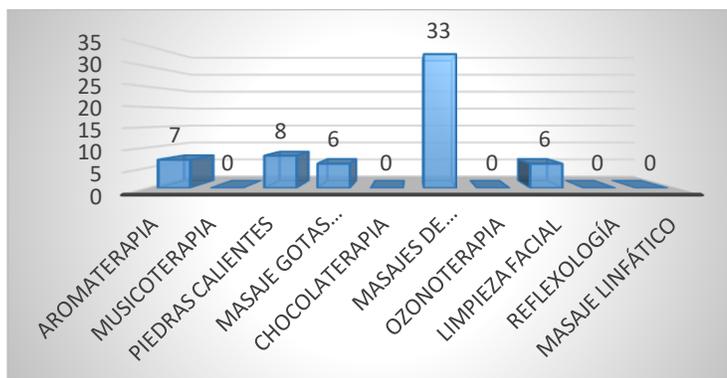
4. ¿Se beneficiaría usted de nuestros servicios a domicilio?



Fuente Elaboración propia.

En esta pregunta podemos confirmar que el 100% las integrantes de las comunidades religiosas obtendrán grandes beneficios con nuestros servicios.

5. ¿En qué tratamientos le gustaría invertir de su tiempo en Kadosh Spa a domicilio?



Fuente. Elaboración propia.

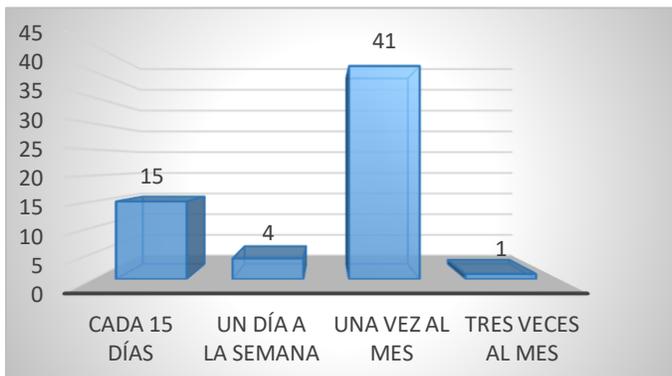
Con los resultados de esta pregunta logramos obtener varios datos para analizar,

- Tener conocimiento de la materia prima que demos tener una mayor disponibilidad en bodega y asimismo la cantidad que debemos llevar para los servicios a domicilio.
- En el momento de dar a conocer nuestros servicios tener un enfoque especial en los que menos tienen acogida donde les podamos brindar mayor información de cómo se realiza y de los beneficios que traen para la salud.

6. ¿Qué otro servicio le gustaría recibir en este Spa?

Según el estudio el servicio adicional que más nos solicitan las integrantes de las comunidades religiosas son los masajes para manos y pies.

7. ¿Con qué frecuencia tomaría nuestros servicios?



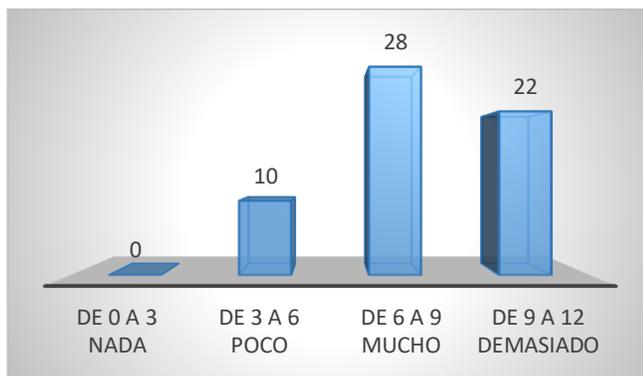
Fuente. Elaboración propia.

Con este resultado no ayuda a identificar la frecuencia con la que tomarían nuestro servicio, también nos ayuda a tomar datos de estrategias de personal y de insumos necesarios para el mes.

8. ¿Qué actividades de descanso realiza?

La población encuestada nos cuenta que tienen poco espacio para el descanso y el tiempo que tienen para el mismo lo usan para dormir ya que diariamente les otorgan una hora de descanso en horas de la tarde, también nos sugieren que nuestro servicio se preste de manera masiva para todas las integrantes de la comunidad .

9. ¿De acuerdo al cansancio y estrés que usted maneja en que rango considera que está?

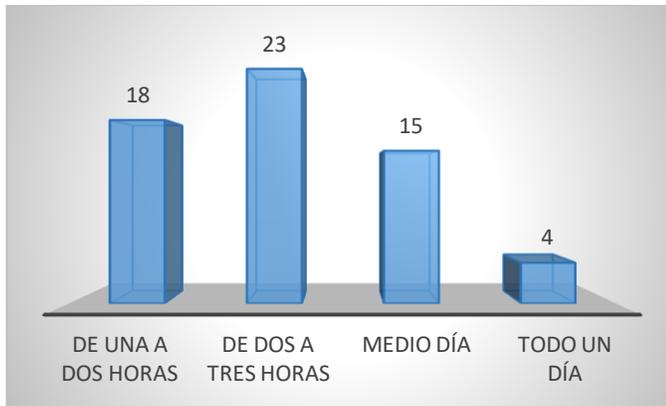


Fuente. Elaboración propia.

Con estos datos podemos evidenciar que todas las integrantes de las comunidades religiosas femeninas manejan gran cantidad de estrés y tienen la necesidad de nuestro servicio.

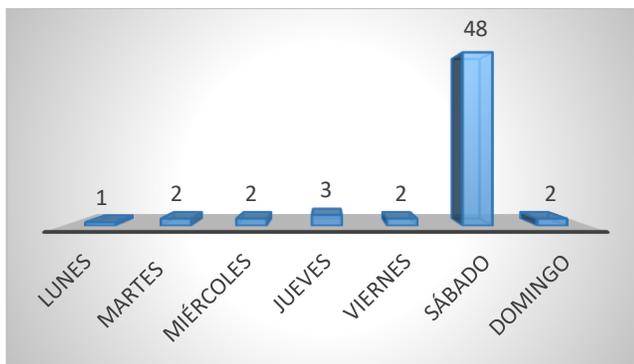
10. Semanalmente, ¿Con que disponibilidad de tiempo cuenta para recibir el servicio?

Nos ayuda a generar la programación estratégica para la prestación de nuestro servicio, y en una programación determinada con anticipación para cada una de las integrantes de las comunidades religiosas.



Fuente. Elaboración propia.

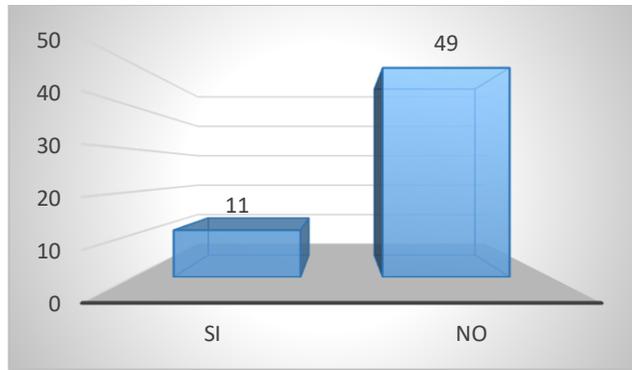
11. ¿Qué días serían ideales para recibir nuestro servicio?



Fuente. Elaboración propia.

Con los resultados que nos arroja esta pregunta nos ayuda a generar un análisis para la contratación de personal adicional para el día sábado, ya que es el día que las integrantes de la comunidad tienen disponibilidad de tiempo para recibirnos.

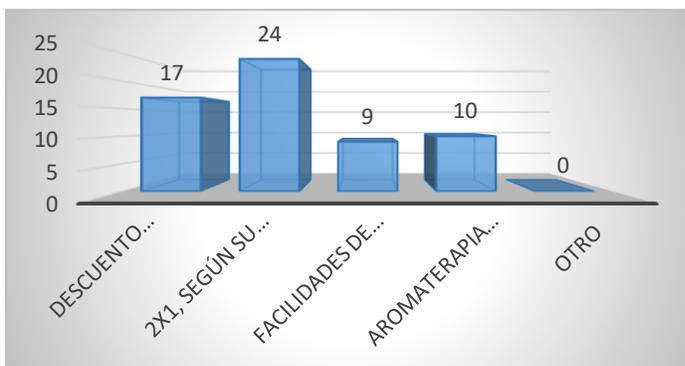
12. ¿Se acercaría directamente a la sede de Kadosh Spa? Si su respuesta es negativa indique por qué.



Fuente. Elaboración propia.

En este caso podemos confirmar la viabilidad de nuestro servicio a domicilio para las comunidades religiosa, adicionalmente indican que prefieren el servicio a domicilio ya que se acercarían a nuestro punto de atención en casos especiales como tratamientos o un nivel de estrés extremo.

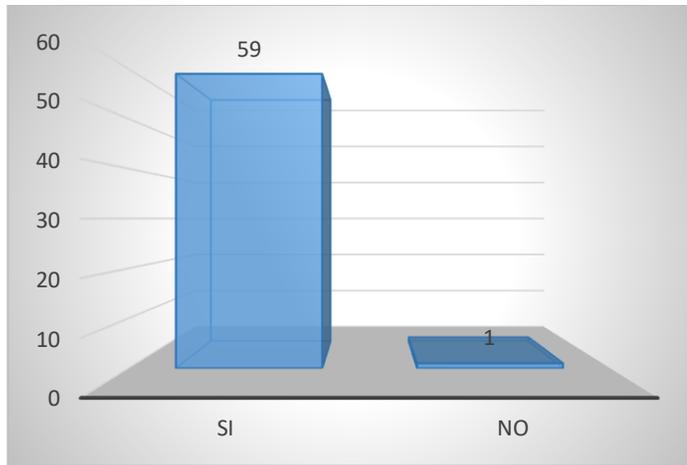
13. ¿Qué tipo de promoción le gustaría adquirir en nuestro servicio a domicilio?



Fuente. Elaboración propia.

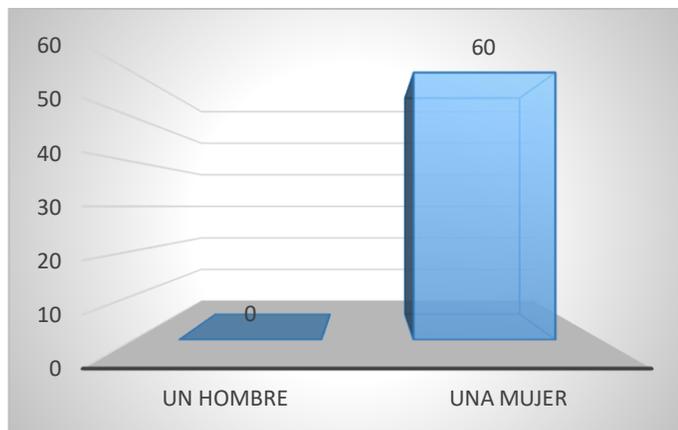
En esta oportunidad con la respuestas de la encuesta nos ayuda a desarrollar un plan de marketing, y desarrollar una buena estrategia de promociones.

14. ¿Se sentiría cómoda con nuestros servicios?



Fuente. Elaboración propia.

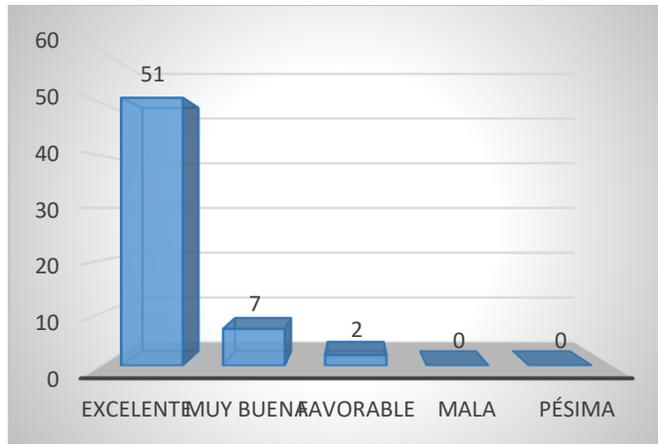
15. ¿Le gustaría que los tratamientos los realizara?



Fuente. Elaboración propia.

Con esta repuesta nos ayuda en el proceso de contratación de mujeres como integrantes de nuestro grupo de trabajo.

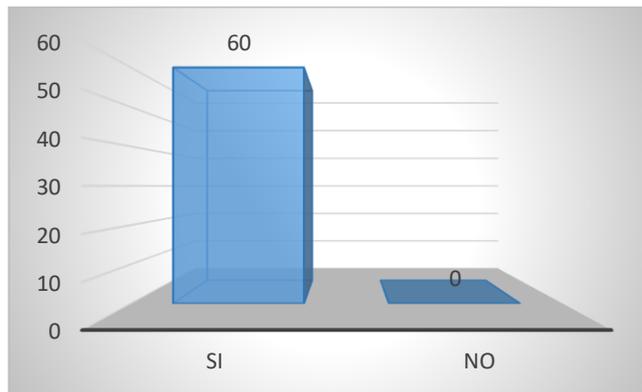
16. ¿Cómo evalúa usted nuestra idea de negocio?



Fuente. Elaboración propia.

En este caso podemos constatar que nuestra idea de negocio tendrá gran acogida, y también nos ayuda a confirmar que estamos proyectándonos en una excelente idea de negocio.

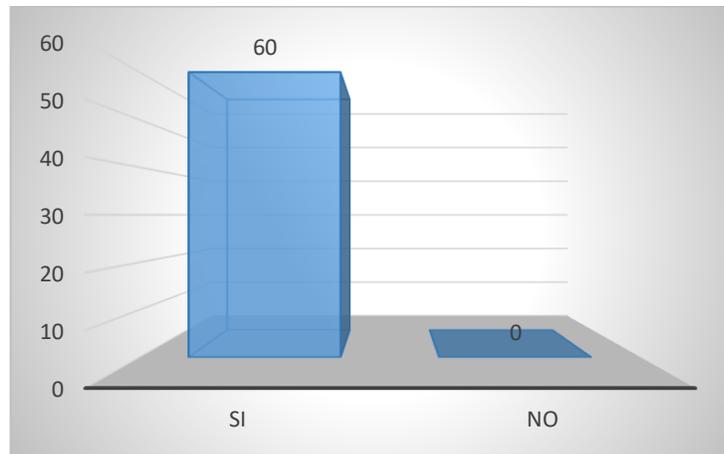
17. ¿Cree usted que contribuye a mejorar su calidad de vida?



Fuente. Elaboración propia.

La población encuestada de las comunidades religiosas femeninas nos indican que se presentarían grandes beneficios ya que les ayudaría a brindar un mejor servicio en sus tareas diarias

18. ¿Recomendaría usted nuestra idea de negocio a otras comunidades religiosas femeninas?



Fuente. Elaboración propia.

Sabemos que la mejor estrategia publicitaria para dar a conocer un servicio es e voz a voz, y con las respuestas de las integrantes de las comunidades religiosas

19. ¿Qué opinión tiene de este proyecto?

Según las respuestas que nos brindaron las integrantes de las comunidades nos confirman que es una idea de negocio tiene acogida ya que hasta el momento nadie había pensado en ella, y tampoco en la necesidad que ellas tienen.

20. ¿Qué sugerencias o cambios agregaría usted a este proyecto innovador?

Las sugerencias que nos hicieron en el momento de realizar la encuesta, es que también brindemos el servicio las comunidades integradas por hombres ya que ellos también manejan un nivel de estrés en aumento.

5.4. Análisis concluyente y estimación de la demanda

Con la aplicación de esta encuesta hemos podido llegar a varias conclusiones que contribuyen con la tomar de decisiones, ayudando a crear estrategias de marketing, como vamos a realizar nuestra publicidad, también para nuestra contratación de personal y definición de los horarios y la disponibilidad de personal adicional para los días sábado, que es el día que tenemos mayor requerimiento de nuestros servicios. Por otro lado, confirmar la viabilidad de nuestro proyecto, ya que, con las respuestas y la actitud amable, cordial y de sorpresa que tomaron las integrantes de las comunidades religiosas femeninas al responder la encuesta demostraron que la labor que realizan genera la necesidad de nuestros servicios, incrementando la demanda de los mismos.

5.5. Análisis concluyente encuesta madres superiores

En la encuesta que se le realizo a las madres superiores de las casas de las comunidades religiosas femeninas, nos indicaron que no cuentan con actividades determinadas para contrarrestar el cansancio y el estrés con el que viven a diario las integrantes de las comunidades religiosas, por este motivo nos indican que nuestra idea de negocio con nuestro servicio a domicilio es excelente donde no tendrían ningún inconveniente con la prestación del servicio, indicando que nos ofrecen el espacio correspondiente para generar la prestación del servicio, como también el ajuste para que el día sábado todas las integrantes incluyéndose ellas puedan

recibir nuestros servicios, cada 15 días o una vez al mes para lograr atender la totalidad de las hermanas donde por lo general son entre 35 y 50 hermanas por casa de cada comunidad.

Igualmente nos dieron a conocer que tendrían un presupuesto limite destinado a la prestación de los servicios y de esta manera adquirir un beneficio para todas las integrantes de su comunidad.

6. ESTUDIO ADMINISTRATIVO

6.1. Misión (Identidad estratégica)

Somos una organización que busca brindar un servicio a las personas, especialmente a las comunidades religiosas femeninas, ofreciendo la oportunidad de obtener un buen servicio de Spa para liberar el estrés y mejorar la salud muscular, por medio de los productos y secciones que se desarrollan en KADOSH SPA.

6.2. Visión (Futuro preferido)

Ser en el 2021 un SPA reconocido y caracterizado por su innovación, productos y servicios, así mismo ser elegido por el servicio y la calidad humana; para seguir contribuyendo positivamente a la comunidad beneficiada.

6.3. Objetivo general

Crear un Spa para ofrecer su servicio a domicilio, principalmente a comunidades religiosas femeninas; contando también con un establecimiento donde el servicio será para personas externas a las comunidades religiosas en el barrio Modelia de la ciudad de Bogotá D.C.

6.4. Objetivos específicos

- Determinar las competencias y necesidades humanas para acceder a un servicio de Spa desde las visiones de las comunidades religiosas.
- Conocer las ventajas de establecer un spa que brinde agradable servicio con una idea innovadora a domicilio.
- Generar con la creación del Spa una oportunidad que favorezca el manejo adecuado del estrés y carga laboral de las comunidades religiosas femeninas diariamente.
- Identificar las características y principales necesidades de las comunidades religiosas femeninas para saber ofrecer el servicio del Spa con la seguridad de ser aceptado.
- Conocer las costumbres de las comunidades religiosas femeninas y sus actividades para ofrecerles un buen espacio de descanso y relajamiento que les permita liberarse del estrés que les causa la carga laboral que deben sobrellevar.

6.5. Valores corporativos

Respeto: Cuidar la intimidad y la individualidad de los usuarios respecto a sus necesidades, deseos y valores particulares, teniendo en cuenta que se trabaja con comunidades religiosas femeninas.

Compromiso: El que deben tener nuestros empleados, puesto que nuestros clientes nos depositan su confianza, ofreciendo lo que esperan y superando sus expectativas.

Discreción y confianza: Manejo responsable de la información que adquirimos de nuestros clientes ya sea en las comunidades religiosas o con los externos a ellas, ser discretos con intimidad.

Calidad: En nuestros servicios, productos y tratamientos.

Responsabilidad: En el paso a paso de nuestros tratamientos y en la manera de ofrecer nuestros servicios.

6.6. Definición de la estructura organizacional

El grupo de trabajo está conformado por diez personas, organizadas de la siguiente manera:

- Administrador.
- Gerente
- Conductor.
- Persona encargada de los servicios generales.

- 5 esteticistas encargadas de realizar los procedimientos del servicio.

6.7. Perfiles de cargo

Administrador y director

Profesional universitario acreditado en administración de empresa, dinámico y habituado al trabajo bajo presión y en equipo; con experiencia en atención al cliente y gran sentido de responsabilidad así como alta vocación de servicio católico, capaz de generar valor agregado a la organización mediante creación de ideas e iniciativa propia para la resolución de problema con conocimiento en el área de Finanzas , área de Marketing y Ventas Comerciales, con facultad para cumplir ampliamente los objetivos trazados por la organización.

Esteticista

Deben tener formación académica para el puesto, haber realizado estudios en alguna institución o academia de belleza reconocida en el mercado y poseer título de esteticista profesional con amplia vocación de servicio a clientes y a la comunidad católica para potenciar la imagen del Centro Spa. Puntualidad y responsabilidad, Dispuesta a trabajar en equipo.

Amplios conocimientos en todo tipo de tratamientos de estética, además de técnicas avanzadas de masajes.

6.8. Manual de funciones

Administrador y director

- Encargado del área de mercadeo, lo que incluye promocionar y gestionar la publicidad del negocio antes de su apertura y durante su ejecución.
- Debe seleccionar el perfil profesional del personal que se reuniera para nuestro el puesto solicitado.
- Responsable de la selección del personal a trabajar en la implementación del Centro de Estética.
- Sera responsable de supervisar el cumplimiento de las tareas de los demás miembros del equipo de trabajo, de manera que se encuentren al día en sus actividades y se realicen bajo los estándares de calidad establecidos por la empresa.
- Se encargara de la planificación de todas las actividades a realizarse en el centro.
- Dirigirá el equipo de trabajo en algunas actividades a realizarse.
- Sera responsable de la organización de eventos, como medio de publicidad para el negocio.
- Organizará y dirigirá reuniones del equipo de trabajo, que se realizaran periódicamente para la evaluación del trabajo que se realiza.
- Debe ser responsable de las compras de materiales, mobiliario y equipo a ser utilizado y todo lo necesario para la ejecución de los procedimientos de belleza a llevar.

- Procurar mantener un clima armonioso y buenas relaciones públicas.
- Responsable del control y manejo del presupuesto.

Esteticista

- Serán responsables del área de atención al cliente, esto quiere decir la realización de los servicios correspondientes al cargo.
- Preparar planes de tratamiento para clientes.
- Realizar tratamientos corporales,
- Llevar a cabo tratamientos especializados,
- Mantener el salón, el lugar de trabajo y las herramientas limpias y ordenadas.
-

7. ESTUDIO LEGAL

7.1. Normatividad empresarial

Pago de los diferentes impuestos que el gobierno aplica actualmente a los empresarios con su respectivo IVA según la reforma tributaria y según lo que establece la DIAN. Los principales impuestos son: Impuesto sobre la renta, al valor agregado, empresarial a la tasa única y otros que se pagan según el objeto de cada empresa.

7.2. Normatividad ambiental

Resolución número 2117 de 2010 del ministerio de la protección social en la cual establecen requisitos para la protección del medio ambiente en la apertura y funcionamiento de establecimientos que ofrecen servicios estéticos como un spa.

7.3. Normatividad laboral

Existen factores que pueden afectar la economía y rentabilidad de un spa, es por esto que debemos estar atentos a ellos, estos se clasifican en controlables e incontrolables. Los controlables están en manos del propietario del spa y son: los productos, precios, publicidad, promociones o prácticas de gestión. Los incontrolables son aquellos que nadie puede cambiar y estos son: demanda, oferta, consumidor, competencia y moda.

7.4. Normatividad técnica

1. Ir al Departamento Administrativo de Planeación Distrital y verificar si la dirección en donde se pretende instalar el establecimiento comercial es permitido.

2. Inscribirse en la Cámara de Comercio para obtener el Registro Mercantil. Comprobar que el nombre del establecimiento no aparece registrado por otra persona. Llenando un formato.

3. Inscribirse ante la Dirección Distrital de Impuestos.

4. Certificado de Seguridad. Lo expide el Cuerpo de Bomberos. Para solicitarlo se necesita la inscripción ante la Dirección Distrital de Impuestos (DDI). Posteriormente los bomberos practicarán la visita a su establecimiento.

5. Solicitar la licencia de sanidad, llevando una carta especificando las características de su negocio.

6. Comunicar al director del Departamento Administrativo de Planeación Distrital (DAPD) la apertura del nuevo establecimiento especificando todas las características.

7. Cumplir con las condiciones sanitarias y ambientales según el caso descritas por la ley 9 de 1979 y demás normas vigentes sobre la materia.

8. Cumplir con las normas vigentes en materia de seguridad.

7.5. Análisis de las cinco fuerzas de porter

Es una herramienta de análisis estratégico para aplicar en la empresa ya que por medio de las cinco fuerzas se puede determinar la rentabilidad y la contextura competitiva del sector en el que queremos entrar con nuestra idea de negocio, teniendo en cuenta características fundamentales que afectan nuestro entorno laboral y así estar preparados para enfrentar el mercado.

Amenaza de nuevos competidores

Implementar más procesos innovadores dentro de nuestra organización para conseguir ser siempre una empresa innovadora que se caracterice por ser destacada en sus procesos.

Poder de negociación con proveedores

No contaremos con un solo proveedor ya que debemos tener en cuenta que en un spa se manejan variedad de productos y no podemos quedar mal con nuestra clientela por errores que se pueden presentar con los proveedores.

Rivalidad entre los competidores actuales

Nuestra idea de negocio cuenta con su propia innovación que además de tener su local ofrece un servicio a domicilio para comunidades religiosas femeninas, es por esto que actualmente no existe un competidor directo ya que pocos pensamos en la necesidad de estas comunidades.

Poder de negociación con los clientes

Llevar a cabo una buena relación con nuestros clientes basado en la confianza y el respeto con cada uno de ellos y ofreciéndoles toda la información que deben tener en cuenta para adquirir los servicios de nuestro spa. Con las comunidades religiosas a las que brindaremos el servicio llegaremos a un acuerdo de negociación que sea asequible para ellas.

Amenaza de productos o servicios sustitutos

En el momento con la innovación que contamos de ofrecer un servicio a domicilio no corremos riesgo de un servicio sustituto, pero con nuestros productos quizás sí, pero es allí donde los tratamientos y procedimientos serán distintos y satisfactorios para nuestros clientes.

8. ESTUDIO TÉCNICO

8.1. Localización de la planta

Este proyecto se desarrollará en el barrio Modelia ubicado en la parte occidental de la ciudad de Bogotá perteneciente a la localidad de Fontibón, es un barrio de estrato 3, 4 y 5 que cuenta con una población de 39.074 habitantes (18070 hombres y 21004 mujeres), de la etapa de ciclo infancia 4325 (2185 hombres y 2140 mujeres); de la etapa de ciclo juventud 9469 (4772 hombres y 4697); adulto 20157 (8963 hombres y 11194 mujeres) y persona mayor 5123 (2150 hombres y 2973 mujeres). Tiene más mujeres que hombres, ubicados en edad económicamente activa. (Veeduría Distrital, 2017)

8.2. Proyección de ingresos

Según el estudio y la proyección de ventas se plantea obtener unos ingresos mensuales de \$50.000.000, valor de ingresos netos, donde se tiene una proyección de productividad de \$21.800.0000 con este alcance de venta que se proyecta para el primer trimestre de funcionamiento se obtendrá una utilidad de \$65.400.000.

8.3. Ficha técnica del servicio y procedimiento

Aromaterapia: actúa sobre el sentido del olfato y mediante la absorción al torrente sanguíneo. Aproximadamente el 15 por ciento del aire que inhalamos se dirige al techo de la nariz, donde los receptores olfatorios transportan los olores directamente a una parte del cerebro llamada sistema límbico.

Esta área está conectada con el instinto, el humor y la emoción y se cree que la aromaterapia puede estimular la liberación de sustancias químicas que juegan un papel en la liberación de emoción. Su duración es de 30 minutos.

Masajes de espalda, hombros y cabeza: Tratamiento del cuerpo por frotamiento, amasamiento, y percusión, tiene como finalidad activar el flujo de la sangre y la linfa, aumentar la flexibilidad de los músculos, aliviar el cansancio o inducir el sueño. El estrés, la rutina, las preocupaciones y la mala postura suelen desencadenar síntomas y molestias que muchas veces no se calman con una píldora, sino con un masaje relajador. Su duración es de 1 hora.

Musicoterapia: La música produce efectos beneficiosos en el sistema sensorial, cognitivo y motor de forma sedante o estimulante, estimula la creatividad, el pensamiento, el lenguaje, el aprendizaje y la memoria. Es un estímulo agradable y placentero para el cerebro que ayuda también a la relajación, efecto conocido desde la estimulación. Su duración es de 30 minutos.

Ozonoterapia: La aplicación del ozono médico al organismo produce cambios químicos terapéuticos. Aparentemente, esta reacción química ayuda a que la hemoglobina

libere oxígeno en el sistema circulatorio, aumentando la presión arterial y bajando la presión venosa. De igual manera, se asegura que facilita la oxidación celular y el fortalecimiento del sistema inmunológico. Su duración es de 40 minutos.

Piedras calientes: Esta terapia combina el masaje terapéutico tradicional con la aplicación sobre la piel de piedras a distintas temperaturas, para facilitar que fluya la energía vital y aliviar así trastornos físicos y emocionales. Alivia el dolor asociado con la fibromialgia, artritis, síndrome del túnel carpiano y otras condiciones crónicas, disminuye el dolor y espasmos musculares, reduce el estrés y la tensión crónica, aumenta la flexibilidad en las articulaciones, ayudando en la movilidad y el movimiento más fácilmente, alivia el dolor y la tensión creada por los músculos tensos y contraídos. Su duración es de 90 minutos.

Limpieza facial: es de vital importancia para lucir una piel cuidada y bella. La contaminación, el polvo y las toxinas que transpira tu cuerpo van taponando los poros de la piel, lo que en la cara se transforma en acné y un cutis con apariencia marchita. Esta limpieza busca devolver el brillo natural a tu rostro, comienza por una sesión de vapor ozono para abrir los poros y hacer más fácil la extracción de impurezas. Exfoliación, extracción manual, tónico para nivelar el PH y el uso de una máquina de electrodos de alta frecuencia, continúan para ayudar a limpiar, cauterizar y descongestionar la piel. El tratamiento finaliza con la aplicación de una mascarilla humectante y nutritiva que, junto a un masaje relajante en tu rostro, ayudará que obtengas una mayor absorción de nutrientes y un aspecto distensionado. Este tratamiento logra eliminar células muertas, signos de acné, comedones y otras impurezas que encontramos en nuestro rostro. Su duración es de 80 minutos

Masaje gotas de lluvia: consiste en el empleo de nueve aceites esenciales en su estado más puro mediante un masaje inspirado en los conocimientos del manejo de energía, combinado con técnicas de digito puntura y reflexología. Lograr el equilibrio y la armonía del cuerpo - física, mental y emocionalmente. Su duración es de 1 hora.

Reflexología: Masajes especiales en el pabellón auricular, en las manos, la cara y los pies, es relajante, alivia el estrés y activa y mejora la circulación sanguínea. Sirve para tratar y prevenir trastornos, enfermedades y situaciones provocadas por el estrés y la tensión diaria. Entre los trastornos y beneficios a tratar por la reflexología se encuentran los problemas relacionados con el sueño y las migrañas. También activa el sistema inmunológico, tiene impacto beneficioso ante problemáticas como la tensión arterial alta o el colesterol. Encontraremos beneficios sobre problemas como la depresión, así como contribuye a reducir el dolor y el estrés. La reflexología mejora los problemas de espalda y contracturas, dolores reumáticos, lumbalgias, fibromialgias. Su duración es de 50 a 60 minutos.

Chocolaterapia: Consiste en la aplicación de chocolate a temperatura templada en la espalda desde donde se esparce al resto del cuerpo. Luego se realiza un envoltorio con un plástico y se deja actuar por algunos minutos. Más tarde se retira el chocolate y se realiza un masaje para culminar el tratamiento de belleza. Estimula la circulación, mejora el flujo sanguíneo y linfático, que a su vez mejora y tonifica las células de la dermis, disminuye el proceso de envejecimiento y aumenta la firmeza de la piel. ayuda a remediar la piel áspera, especialmente en aquellas zonas difíciles tales como los codos, las rodillas y los pies. Su duración es de 45 a 60 minutos.

Masaje linfático: Su principal objetivo es contribuir a que el organismo pueda protegerse mejor y a que elimine de una manera más efectiva los desechos que origina de forma natural. Su duración es de 40 minutos.

8.4. Infraestructura, muebles y enseres

En el momento de la creación de kadosh spa para la prestación del servicio es necesario contar con:

- Local que estará ubicado en el barrio Modelia el cual será arrendado por un valor de \$1.200.000.
- 2 equipos de cómputo avalados en \$ 2.200.000
- 2 mesa de escritorios \$500.000
- Sillón sala de espera \$700.000
- Casilleros x12 \$620.000
- Línea telefónica e internet \$200.000
- 2 Camas de masajes fijas \$500.000
- 2 camas de masajes portátiles \$ 1.800.000
- Sábanas \$500.000
- Productos de belleza
- Aceites (10 diferentes) \$20.000 cada litro

- Esencias \$23.000 cada una
- cremas \$25.000 cada una
- uniformes \$13.000 cada uno
- kits desechables para estética x 50 \$950.000
- toallas \$ 200.000
- Vehículo \$ 45.000.000"

RUBRO		CANTIDAD	UNIDAD TECNICA DE MEDIDA	COSTO / UNIDAD	TOTAL
MUEBLES Y ENSERES	Escritorios Ejecutivos	2	UND	\$ 250,000	\$ 500,000
	Sillón sala de espera	1	UND	\$ 700,000	\$ 700,000
	Casilleros x12	1	UND	\$ 620,000	\$ 620,000
	Camas de masajes fijas	2	UND	\$ 250,000	\$ 500,000
	camas de masajes portátiles	2	UND	\$ 900,000	\$ 1,800,000
SUBTOTAL				\$ 2,720,000	\$ 4,120,000
PUBLICIDAD, PROPAGANDA Y PROMOCIÓN	Diseño Página WEB	1	UND	\$ 1,000,000	\$ 1,000,000
	Tarjetas de Presentación	500	UND	\$ 50	\$ 90,000
	Redes Sociales	2	UND	\$ 70,000	\$ 140,000
	Portafolio servicios	1	UND	\$ 80,000	\$ 80,000
SUBTOTAL				\$ 1,150,050	\$ 1,310,000
ÚTILES Y PAPELERÍA	Cosedora	2	UND	\$ 3,000	\$ 6,000
	Clip Mariposa	4	PAQUETE	\$ 2,000	\$ 8,000
	Clip Pequeños	4	PAQUETE	\$ 1,500	\$ 6,000
	Archivador AZ	1	UND	\$ 3,000	\$ 3,000
	Ganchos Legajadores	1	PAQUETE	\$ 3,500	\$ 3,500
	Ganchos Cosedora	2	PAQUETE	\$ 2,500	\$ 5,000
	Papel Bond Tamaño Carta	1	PAQUETE	\$ 10,000	\$ 10,000
	Resaltadores	4	UND	\$ 3,000	\$ 12,000
	Marcadores Permanentes	2	UND	\$ 1,300	\$ 2,600
	Tijeras	2	UND	\$ 1,500	\$ 3,000
	Perforadora	1	UND	\$ 5,000	\$ 5,000
	Sobre de Manila Carta	1	PAQUETE	\$ 10,000	\$ 10,000
	Sacaganchos	1	UND	\$ 3,900	\$ 3,900
	Pegante	1	UND	\$ 5,600	\$ 5,600
	Esferos de Colores	1	PAQUETE	\$ 5,700	\$ 5,700
	Lapiz Negro	1	UND	\$ 4,500	\$ 4,500
	Memoria USB	2	UND	\$ 5,600	\$ 11,200
Bisturí	1	UND	\$ 5,000	\$ 5,000	
Tajalapiz Eléctrico	1	UND	\$ 1,300	\$ 1,300	
SUBTOTAL				\$ 77,900	\$ 111,300
ELEMENTOS DE ASEO Y CAFETERÍA	Escoba	1	UND	\$ 4,000	\$ 4,000
	Trapero	1	UND	\$ 5,000	\$ 5,000
	Recogedor	1	UND	\$ 4,000	\$ 4,000
	Desinfectante	1	UND	\$ 8,000	\$ 8,000
	Limpia Vidrios	1	UND	\$ 5,000	\$ 5,000
	Limpiador de Equipos	1	UND	\$ 7,600	\$ 7,600
	Toallas para manos	1	UND	\$ 10,000	\$ 10,000
	Papel Higienico	1	PAQUETE	\$ 12,000	\$ 12,000
	Jabón Líquido	1	UND	\$ 10,000	\$ 10,000
	Balde	1	UND	\$ 3,000	\$ 3,000
Guantes Industriales	1	PAQUETE	\$ 6,500	\$ 6,500	
SUBTOTAL				\$ 75,100	\$ 75,100

Fuente. Elaboración propia

8.5. Maquinaria y equipo

RUBRO		CANTIDAD	UNIDAD TECNICA DE MEDIDA	COSTO / UNIDAD	TOTAL
EQUIPOS DE COMPUTACIÓN Y COMUNICACIÓN	computador de mesa	2	N/A	\$ 1.100.000	\$ 2.200.000
	computador portatil	0	N/A	\$ 0	\$ 0
	impresora multifuncional	0	N/A	\$ 0	\$ 0
	telefono	0	N/A	\$ 0	\$ 0
	telefono inalambrico	1	N/A	\$ 164.000	\$ 164.000
SUBTOTAL				\$ 1.264.000	\$ 2.364.000
MAQUINARIA Y HERRAMIENTAS DE PRODUCCION	Difusor de aromas Multisensory	1	N/A	\$ 240.000	\$ 240.000
	cabina de sonido	1	N/A	\$ 600.000	\$ 600.000
	Kit De Piedras Volcanicas Con Calentador Masaje Relajante	1	N/A	\$ 500.000	\$ 500.000
	Aceites aroma surtido por 1000 ml	10	N/A	\$ 20.000	\$ 200.000
	Esencias	10	N/A	\$ 23.000	\$ 230.000
	Crema humectante	2	N/A	\$ 50.000	\$ 100.000
	Sabanas	10	N/A	\$ 50.000	\$ 500.000
	Toallas	10	N/A	\$ 20.000	\$ 200.000
	Uniformes Empleados	10	N/A	\$ 70.000	\$ 700.000
	Vehiculo	1	N/A	\$ 45.000.000	\$ 45.000.000
	Chocolate	10	N/A	\$ 35.000	\$ 350.000
Kits desechables para estética	100	N/A	\$ 9.500	\$ 950.000	
TOTAL				\$ 46.617.500	\$ 49.570.000

Fuente. Elaboración propia

8.6. Materia prima e insumos

Insumos necesarios en cada procedimiento

Aromaterapia: Aceites esenciales de plantas aromáticas, flores, hojas, semillas, cortezas y frutas que ayudan a curar. Los aceites esenciales se extraen normalmente mediante un proceso de destilación al vapor.

Masajes de espalda, hombros y cabeza: Exfoliantes de diferentes aromas y aceites esenciales.

Musicoterapia: Colección de música relajante y sus elementos sonido, ritmo, armonía y melodía.

Ozonoterapia: ozono médico con oxígeno

Piedras calientes: Piedras y exfoliantes

Limpieza facial: Mascarillas humectantes y nutritivas, agua micelar, exfoliantes.

Masaje gotas de lluvia: Nueve aceites sencillos de diferentes aromas. (Orégano, tomillo, albahaca, ciprés, gaulteria, mejorana, yerbabuena y menta).

Reflexología: Aceites y exfoliantes.

Chocolaterapia: Chocolate, exfoliante y aceites de chocolate y cacao.

Masaje linfático: Cremas hidratantes.

8.7. Tecnología

	RUBRO	CANTIDAD	UNIDAD TECNICA DE MEDIDAD	COSTO / UNIDAD	TOTAL
TECNOLOGÍA	computador de mesa	2	N/A	\$ 1,100,000	\$ 2,200,000
	computador portatil	0	N/A	\$ 0	\$ 0
	impresora multifuncional	0	N/A	\$ 0	\$ 0
	telefono	0	N/A	\$ 0	\$ 0
	telefono inalambrico	1	N/A	\$ 164,000	\$ 164,000
	Difusor de aromas Multisensory	1	N/A	\$ 240,000	\$ 240,000
	cabina de sonido	1	N/A	\$ 600,000	\$ 600,000
	SUBTOTAL			\$ 2,104,000	\$ 3,204,000

Fuente. Elaboración propia

8.8. Costos: plan de producción

Gasolina mensual para el carro donde se realizan los domicilios del servicio a comunidades religiosas femeninas, el gasto mensual es de \$500.000. En insumos mensualmente se gastará \$3'000.000.

RUBRO	CANTIDAD	UNIDAD TECNICA DE MEDIDAD	COSTO / UNIDAD	TOTAL	
COSTOS DE PRODUCCION	Aceites aroma surtido	500	ML	\$ 50	\$ 25,000
	Esencias	5	UNIDES	\$ 23,000	\$ 115,000
	Crema humectante	20	ML	\$ 50	\$ 1,000
	Chocolate	1	Libra	\$ 35,000	\$ 35,000
	N/A	0	N/A	\$ 0	\$ 0
	N/A	0	N/A	\$ 0	\$ 0
SUBTOTAL			\$ 58,100	\$ 176,000	

Fuente. Elaboración propia

8.9. Punto de equilibrio

Política de cartera

En nuestro proyecto se plantea una política de cartera únicamente para la prestación del servicio masivo para cada convento de las comunidades religiosas, es decir cuando dentro del convento se preste un número igual o superior a 30 servicios el cual sea pagado por la comunidad se le brinda financiamiento por el valor total, en cuotas que la madre superiora decide donde debe cubrir la totalidad dentro del periodo acordado de la prestación de servicio.

8.10. Plan de compras

Realizaremos compras trimestrales de los insumos que se requieren para la prestación de los servicios, teniendo en cuenta no tienen un consumo alto y definido.

8.11. Presupuesto marketing

Para iniciar nuestro proyecto legalmente cumpliendo con todos los requisitos solicitados, es necesario contar con \$62'000'000 (sesenta y dos millones de pesos)

8.12. Capital de trabajo

Administradora: \$1.000.000

Conductor: \$35.000 día trabajado

Esteticista: \$900.000

Uniformes: \$250.000 en el mes que se inicia

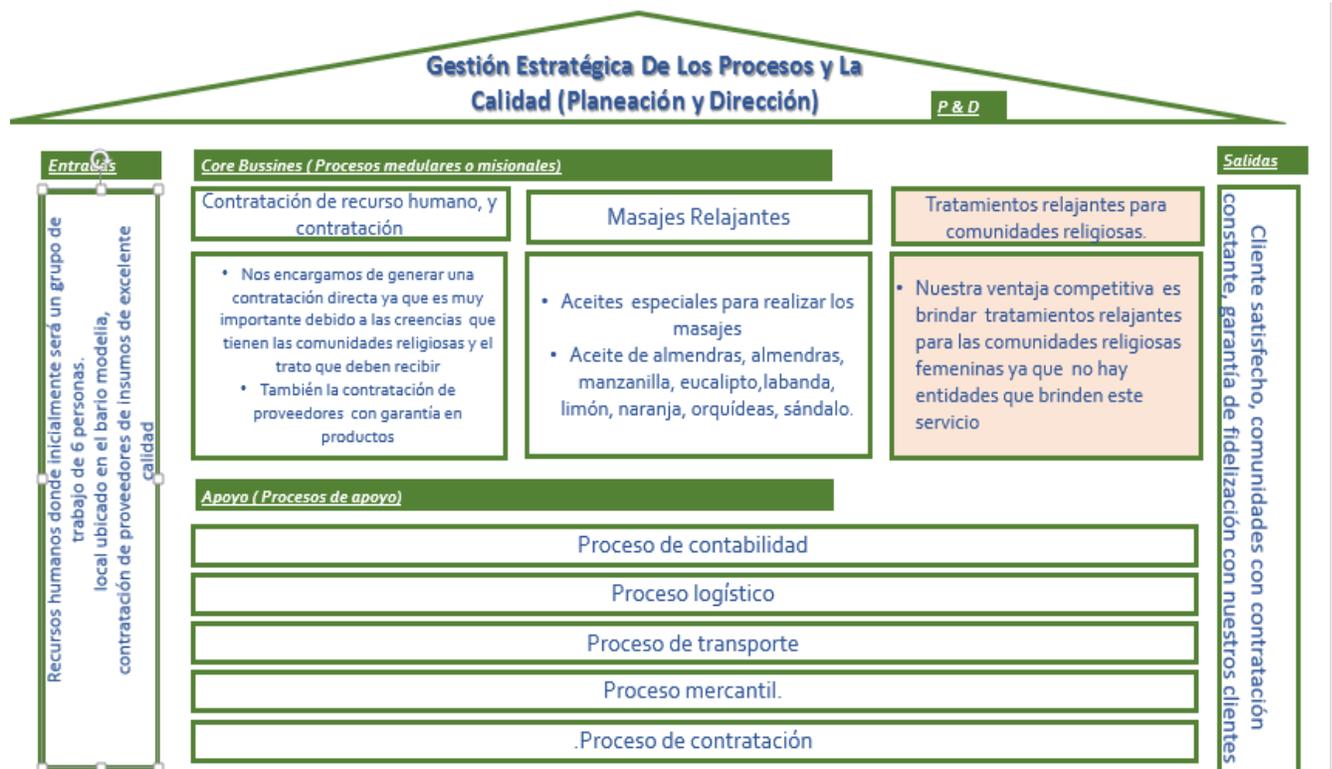
Servicios Generales: \$850.000

Arriendo: \$1.200.000 mensuales a un año \$14.400.000

Servicios públicos (agua, luz, internet y teléfono): el barrio Modelia tiene una estratificación 4 por lo cual se proyecta un gasto mensual de \$500.000 donde anualmente se generará un pago de \$ 6.000.000

8.13. Cadenas de valor

Esta herramienta nos permite seleccionar las operaciones productivas de una empresa en actividades primarias y de apoyo y así lograr identificar los distintos movimientos de los materiales, productos, servicios, marketing, ventas y finalmente identificar la función principal de cada una dentro del desarrollo de la empresa.



Fuente. Elaboración propia.

8.14. Plan de marketing

8.14.1. Estrategia de producto.

Servicios de Spa local y a domicilio; este último especialmente a comunidades religiosas femeninas, logrando que dichas comunidades se beneficien con los servicios del Spa contrarrestando el estrés y carga laboral diaria, al igual que los demás clientes.

8.14.2. Estrategia de precio

Precios especiales por convenios con las comunidades religiosas femeninas que adquieran nuestros servicios.

Descuentos aplicados por fidelidad.

Precios compatibles con el mercado en general.

8.14.3. Estrategia de publicidad

Brindar información presencial de nuestros diferentes servicios y promociones a las comunidades religiosas para dar a conocer más a fondo y de forma adecuada nuestra idea de negocio y así evitar mala información.

Igualmente se cuenta con implementación de marketing digital donde se encuentran canales de información como lo es nuestra página web con toda la información deseada por los clientes que nos quieren conocer; también en redes sociales como Facebook e Instagram donde se estarán dando a conocer las diferentes promociones temporales que se estarán ofreciendo.

8.14.4. Desarrollo de marca

KADOSH: Es una palabra de origen hebreo que quiere decir santo, purificado, elegido o sagrado.

SPA: Es un espacio de descanso y de restauración de la salud.

=KADOSH SPA

8.14.5. Logo y slogan

Color morado: Representa la espiritualidad, sabiduría y medicina.

Color rojo: Representa la energía y naturaleza.

Color negro: Representa prestigio para nuestro proyecto.



9. ESTUDIO FINANCIERO

9.1. Balance general

A continuación, presentamos el balance general de Kadosh SPA, donde presentamos un completo informe del estado financiero de nuestro proyecto donde podemos encontrar una proyección a 5 años.

BALANCE GENERAL	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
ACTIVO					
CORRIENTE	601.076.935	647.916.448	698.308.983	752.531.190	810.881.301
Disponible	147.840.000	159.667.200	172.440.576	186.235.822	201.134.688
Deudores	443.520.000	479.001.600	517.321.728	558.707.466	603.404.064
Otros activos	9.716.935	9.247.648	8.546.679	7.587.902	6.342.550
ACTIVO FIJO					
Maquinaria y Equipo	49.570.000	49.570.000	49.570.000	49.570.000	49.570.000
Muebles y Enseres	4.120.000	4.120.000	4.120.000	4.120.000	4.120.000
Equipo de Computo	3.864.000	3.864.000	3.864.000	3.864.000	3.864.000
SUBTOTAL FIJO	57.554.000	57.554.000	57.554.000	57.554.000	57.554.000
Depreciación Acumulada	6.141.800	12.283.600	18.425.400	24.567.200	30.709.000
TOTAL ACTIVO FIJO NETO	51.412.200	45.270.400	39.128.600	32.986.800	26.845.000
TOTAL ACTIVOS	652.489.135	693.186.848	737.437.583	785.517.990	837.726.301
PASIVOS	39.424.000	42.577.920	45.984.154	49.662.886	53.635.917
PASIVO CORRIENTE	39.424.000	42.577.920	45.984.154	49.662.886	53.635.917
OBLIGACIONES FINANCIERAS	0	0	0	0	0
IMPUESTOS SOBRE LAS VENTAS	39.424.000	42.577.920	45.984.154	49.662.886	53.635.917
OTROS PASIVOS	0	0	0	0	0
PATRIMONIO	1.307.512.545	1.401.396.256	1.470.682.394	1.543.544.330	1.620.164.197
CAPITAL	62.000.000	90.000.000	90.000.000	90.000.000	90.000.000
UTILI Y/O PERD	1.245.512.545	1.311.396.256	1.380.682.394	1.453.544.330	1.530.164.197
TOTAL PASVO MAS PATRIMONIO	1.346.936.545	1.443.974.176	1.516.666.548	1.593.207.216	1.673.800.114
	694.447.410	750.787.328	779.228.965	807.689.226	836.073.813

Fuente. Elaboración propia

9.1.1. Activos

En la siguiente representación gráfica presentamos nuestros activos igualmente con proyección a cinco (5) años donde se puede observar inicialmente la rentabilidad de nuestro proyecto con un balance de ingresos por ventas, también a presentación a grandes rasgos del costo inicial de nuestra maquinaria y equipo, muebles y enseres, también de nuestro equipo de cómputo.

BALANCE GENERAL	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
ACTIVO					
CORRIENTE	601.076.935	647.916.448	698.308.983	752.531.190	810.881.301
Disponible	147.840.000	159.667.200	172.440.576	186.235.822	201.134.688
Deudores	443.520.000	479.001.600	517.321.728	558.707.466	603.404.064
Otros activos	9.716.935	9.247.648	8.546.679	7.587.902	6.342.550
ACTIVO FIJO					
Maquinaria y Equipo	49.570.000	49.570.000	49.570.000	49.570.000	49.570.000
Muebles y Enseres	4.120.000	4.120.000	4.120.000	4.120.000	4.120.000
Equipo de Computo	3.864.000	3.864.000	3.864.000	3.864.000	3.864.000
SUBTOTAL FIJO	57.554.000	57.554.000	57.554.000	57.554.000	57.554.000
Depreciación Acumulada	6.141.800	12.283.600	18.425.400	24.567.200	30.709.000
TOTAL ACTIVO FIJO NETO	51.412.200	45.270.400	39.128.600	32.986.800	26.845.000
TOTAL ACTIVOS	652.489.135	693.186.848	737.437.583	785.517.990	837.726.301

Fuente. Elaboración propia.

En la siguiente imagen es posible apreciar los costos más detallados por unidad y la totalidad de las cantidades requeridas de nuestra maquinaria y equipo, muebles y enseres, también de nuestro equipo de cómputo necesarios para empezar con el correcto funcionamiento de KADOSH SPA.

RUBRO		CANTIDAD	UNIDAD TECNICA DE MEDIDA	COSTO /UNIDAD	TOTAL
EQUIPOS DE COMPUTACIÓN Y COMUNICACIÓN	computador de mesa	2	UND	\$ 1.100.000	\$ 2.200.000
	computador portátil	1	UND	\$ 1.000.000	\$ 1.000.000
	impresora multifuncional	1	UND	\$ 500.000	\$ 500.000
	telefono inalambrico	1	UND	\$ 164.000	\$ 164.000
SUBTOTAL				\$ 2.764.000	\$ 3.864.000
MAQUINARIA Y HERRAMIENTAS DE PRODUCCION	Difusor de aromas Multisensory	1	UND	\$ 240.000	\$ 240.000
	cabina de sorido	1	UND	\$ 600.000	\$ 600.000
	Kit De Piedras Volcaricas Con Calentador Masaje F	1	UND	\$ 500.000	\$ 500.000
	Aceites aroma surtido por 1000 ml	10	UND	\$ 20.000	\$ 200.000
	Esercias	10	UND	\$ 23.000	\$ 230.000
	Crema humectante	2	UND	\$ 50.000	\$ 100.000
	Sabanas	10	UND	\$ 50.000	\$ 500.000
	Toallas	10	UND	\$ 20.000	\$ 200.000
	Uniformes Empleados	10	UND	\$ 70.000	\$ 700.000
	Veiculo	1	UND	\$ 45.000.000	\$ 45.000.000
	Chocolate	10	UND	\$ 35.000	\$ 350.000
	Kits desechables para estética	100	UND	\$ 9.500	\$ 950.000
SUBTOTAL				\$ 46.617.500	\$ 49.570.000
MUEBLES Y ENSERES	Escritorios Ejecutivos	2	UND	\$ 250.000	\$ 500.000
	Sillón sala de espera	1	UND	\$ 700.000	\$ 700.000
	Casilleros x12	1	UND	\$ 620.000	\$ 620.000
	Camas de masajes fijas	2	UND	\$ 250.000	\$ 500.000
	camas de masajes portátiles	2	UND	\$ 900.000	\$ 1.800.000
SUBTOTAL				\$ 2.720.000	\$ 4.120.000

Fuente. Elaboración propia

9.1.2. Pasivos

Aquí encontramos todas las obligaciones que tenemos como el crédito que se solicita para la apertura de Kadosh SPA.

BALANCE GENERAL	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
PASIVOS	101.424.000	42.577.920	45.984.154	49.662.886	53.635.917
PASIVO CORRIENTE	101.424.000	42.577.920	45.984.154	49.662.886	53.635.917

OBLIGACIONES FINANCIERAS	62.000.000	0	0	0	0
IMPUESTOS SOBRE LAS VENTAS	39.424.000	42.577.920	45.984.154	49.662.886	53.635.917
OTROS PASIVOS	0	0	0	0	0

Fuente. Elaboración propia

9.1.3. Patrimonio

En la siguiente imagen encontramos nuestro patrimonio detallado y una proyección a los siguientes 5 años después de la creación, y nuestra proyección para el pago de los impuestos durante los primeros 5 años.

BALANCE GENERAL	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
PATRIMONIO	714.452.545	780.468.256	818.707.994	858.971.210	901.362.421
CAPITAL	62.000.000	90.000.000	90.000.000	90.000.000	90.000.000
UTILI Y/O PERD	654.152.545	690.468.256	728.707.994	768.971.210	811.362.421

TOTAL					
PASVO MAS	738.106.945	806.015.008	846.298.487	888.768.942	933.543.971
PATRIMONIO					
	323.361.810	369.195.680	385.365.825	401.528.267	417.633.170

Fuente. Elaboración propia

9.2. Estado de resultados

A continuación, encontramos nuestro estado de pérdidas y ganancias nos permite identificar la productividad que se van a tener durante los primeros 5 años, y donde podemos evidenciar una utilidad de neta de \$654.152.545 en el primer año

ESTADO DE GANANCIAS Y PERDIDAS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
INGRESOS OPERACIONALES	887.040.000	931.392.000	977.961.600	1.026.859.680	1.078.202.664
Ventas	887.040.000	931.392.000	977.961.600	1.026.859.680	1.078.202.664
CO STO DE VENTAS	52.483.272	55.107.435	57.862.807	60.755.948	63.793.745
GASTOS OPERACIONALES	180.404.184	185.816.309	191.390.798	197.132.522	203.046.498
Gastos de Administración	134.135.464	138.159.527	142.304.313	146.573.443	150.970.646
Gastos de Ventas	46.268.720	47.656.782	49.086.485	50.559.080	52.075.852
UTILIDAD OPERACIONAL	654.152.545	690.468.256	728.707.994	768.971.210	811.362.421
UTILIDAD NETA	654.152.545	690.468.256	728.707.994	768.971.210	811.362.421

Fuente. Elaboración propia

9.3. Flujo de caja

Presentamos la tabla donde nos representa la vida útil de nuestro proyecto, mostrando el dinero que generará Kadosh Spa en un espacio futuro de 5 años y su respectivo movimiento de efectivo desde nuestro inicio; todo con base en la inversión inicial de nuestro proyecto.

FLUJO DE CAJA ANUAL					
MESES	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Ingresos					
VENTAS	\$ 1.478.400.000	\$ 1.596.672.000	\$ 1.724.405.760	\$ 1.862.358.221	\$ 2.011.346.878
Total Ingresos	\$ 1.478.400.000	\$ 1.596.672.000	\$ 1.724.405.760	\$ 1.862.358.221	\$ 2.011.346.878
EGRESOS					
Gastos Administrativos	\$ 134.135.464	154.255.783	177.394.151	204.003.273	234.603.764
Gastos de ventas					
NOMINA DE VENTAS	0	0	0	0	0
ARRIENDO	14.400.000	\$ 16.560.000	\$ 19.044.000	\$ 21.900.600	\$ 25.185.690
AGUA	960.000	\$ 1.104.000	\$ 1.269.600	\$ 1.460.040	\$ 1.679.046
LUZ	1.080.000	\$ 1.242.000	\$ 1.428.300	\$ 1.642.545	\$ 1.888.927
INSUMOS DE PROD 1 Y 2	176.000	\$ 202.400	\$ 232.760	\$ 267.674	\$ 307.825
TELEFONO	720.000	\$ 828.000	\$ 952.200	\$ 1.095.030	\$ 1.259.285
COMBUSTIBLE	2.400.000	\$ 2.760.000	\$ 3.174.000	\$ 3.650.100	\$ 4.197.615
PUBLICIDAD	26.292.720	\$ 30.236.628	\$ 34.772.122	\$ 39.987.941	\$ 45.986.132
PA PELERIA	240.000	\$ 276.000	\$ 317.400	\$ 365.010	\$ 419.762
TOTAL GASTOS ENVTAS	\$ 46.268.720	\$ 53.209.028	\$ 61.190.382	\$ 70.368.940	\$ 80.924.280
TOTAL COSTOS	\$ 180.404.184	\$ 207.464.811	\$ 238.584.533	\$ 274.372.213	\$ 315.528.045
FLUJO DE CAJA ECON	\$ 1.297.995.816	\$ 1.389.207.189	\$ 1.485.821.227	\$ 1.587.986.008	\$ 1.695.818.834
III. Inversiones Fijas					
1. Equipo de Computo	3.864.000				
2. Muebles y Enseres	\$ 4.120.000				
2. Maquinaria Y Equipo	\$ 49.570.000				
Subtotal	\$ 57.554.000	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
T. FLUJO DE CAJA FINAN	\$ 1.240.441.816	\$ 1.389.207.189	\$ 1.485.821.227	\$ 1.587.986.008	\$ 1.695.818.834
INVERSIÓN INICIAL					
-\$ 62.000.000	\$ 1.240.441.816	\$ 1.389.207.189	\$ 1.485.821.227	\$ 1.587.986.008	\$ 1.695.818.834

Fuente. Elaboración propia.

9.4. Fuentes de financiación

La fuente de financiación que con la cual se va a generar la creación la empresa es con un crédito bancario de libre inversión solicitado con el con el banco de occidente el cual nos brinda una tasa de 16.2% TNA.

9.5. Capital

Para el inicio de operación de Kadosh SPA es necesario contar con un capital de \$62.000.000, con los cuales se genera la compra de insumos, los gastos de constitución y arranque.

CAPITAL	62.000.000
----------------	-------------------

Fuente. Elaboración propia.

9.6. Indicadores financieros

Nos ayudaron a comprender la estabilidad de nuestro proyecto y la capacidad de endeudamiento teniendo en cuenta e interpretando las cifras de los resultados y de la información financiera en general.

9.6.1. Valor presente neto (VPN)

Nos permite determinar si la inversión cumple con el objetivo básico financiero el cual se basa en maximizar nuestra inversión inicial.

VNA	\$ 3.611.785.719,36
-----	---------------------

9.6.2. Tasa interna de retorno (TIR)

La rentabilidad de nuestro proyecto se representa de la siguiente manera

TIR	2071,21%	28 AL 42%
-----	----------	-----------

10. CONCLUSIONES

La realización del proyecto de creación de KADOSH SPA presentó las siguientes conclusiones:

El montaje empresarial de KADOSH SPA es significativo, ya que representa una alta competitividad dentro del campo de las empresas de servicios y productos estéticos en el sector.

El estudio refleja una gran probabilidad de éxito y empatía con la idea empresarial, lo cual permite que las necesidades y deseos del mercado segmentado de hombres y mujeres en los estratos respectivos puedan tener fácil acceso a los servicios estéticos.

KADOSH SPA, alcanza las expectativas esperadas dentro de la industria estética al presentarse como una oportunidad de servicio y apoyo terapéutico con atención a domicilio para las personas con problemas de alto nivel de estrés y sus consecuencias; especialmente a las pertenecientes a las comunidades religiosas femenina

Por medio del análisis de los diferentes estudios desarrollados durante la elaboración de este proyecto logramos conocer la viabilidad de nuestra idea del negocio, tras realizar los cálculos pertinentes se evidencia que es un negocio viable, ya que se obtendrían beneficios desde el primer año de ejecución.

Cumpliendo todas las expectativas propuestas y observando el funcionamiento del mercado, a futuro se podría plantear la posibilidad de ampliar nuestros servicios no solo en Bogotá sino en otras ciudades y con muchas comunidades religiosas femeninas, además de un público en general.

Logramos darnos cuenta que nuestro mercado objetivo que son las comunidades religiosas femeninas buscan en KADOSH SPA un espacio de relajación y tiempo para ellas, valorando que sea un excelente servicio, con buen precio y con personas profesionales en su trabajo.

En el estudio financiero se puede observar la inversión inicial necesaria para la puesta en marcha de nuestro proyecto la cual es de \$62'000.000; igualmente nos muestra los costos y gastos necesarios para el desarrollo de la idea de negocio y la eliminación de los ingresos por venta. Por esto es importante contar con una base que favorezca el proceso y determine buenos resultados para Kadosh Spa.

11. BIBLIOGRAFÍA

Decreto 1876 de 1994 Nivel Nacional. Fecha de Expedición: 03/08/1994. Fecha de Entrada en Vigencia: 05/08/1994. Medio de Publicación: Diario Oficial No. 41.480 de fecha 5 de agosto de 1994. CONGRESO DE LA REPÚBLICA.

Decreto 1879 de 2008. (Mayo 29). República de Colombia. Recuperado de <https://www.minsalud.gov.co/sites/rid/Lists/BibliotecaDigital/RIDE/INEC/IGUB/Decreto-1879-de-2008.pdf>

Finci, E. (10 de Abril de 2014). Clarin. Recuperado el Mayo de 2015, de Clarin: http://www.clarin.com/buena-vida/tendencias/industria-bienestar_0_1117688487.htm

Juan Pablo II, P. (1996, p.4). Vita Consecrata. Vaticano, Roma: Libreria Editrice Vaticana.

Ley 1258 de 2008 (diciembre 5) Diario Oficial No. 47.194 de 5 de diciembre de 2008. Congreso de la República.

Ley 711 de 2011 Nivel Nacional. Fecha de Expedición: 30/11/2001. Fecha de Entrada en Vigencia: 03/12/2001. Medio de Publicación: Diario Oficial 44635 de diciembre 3 de 2001. Congreso de la República.

Ortega, V. (2015, p.44). Palabrotología. Barcelona, España: Critica.

Resolución 2117 de 2010. (15 de junio). Ministerio de Protección social. Diario Oficial 47741.

Recuperado de

http://biblioteca.saludcapital.gov.co/img_upload/03d591f205ab80e521292987c313|699c/resolucion-2117-de-2010.pdf

Resolución 2827 de 2006. (Agosto 8). No 46.362. Recuperado de

<http://www.saludcapital.gov.co/DSP/Docs/Resoluci%C3%B3n%202827%20de%202006.pdf>

Resolución 3924 de 2005. (Noviembre 10). Ministerio de Protección social. Recuperado de

https://www.minsalud.gov.co/Normatividad_Nuevo/RESOLUCI%C3%93N%203924%20DE%202005.pdf

Salazar, A. (15 de febrero de 2013, p.1). Conceptos básicos administrativos. Recuperado el

05 de mayo de 2015, de Conceptos básicos administrativos:

<http://conceptosbasicosadministrativos.blogspot.com/>

Skorka, A. (2006, p.481). El concepto de "Ruah Hakodesh" en las fuentes judías y su relación

con el cristianismo. Revista Teología. Tomo XLIII, 481.

Universidad de la Salle, U. (2002, p.3). Proyecto fomento del uso de la información científico-

técnica en los procesos académicos de la universidad. Bogotá. D.C.:

Oficina de Biblioteca.

Vásquez Hidalgo, I. (18 de Diciembre de 2005, p.1). Gestipolis. Recuperado el 05 de Mayo

de 2015, de Gestipolis: <http://www.gestipolis.com/tipos-estudio-metodos-investigacion/>

Veeduría Distrital (2017). Ficha UPZ: Modelia – FONTIBÓN. Recuperado de <http://veeduriadistrital.gov.co/sites/default/files/files/UPZ/MODELIA.pdf>

Vorvick, L. (24 de Abril de 2015, p.1). Medine Plus. Recuperado el 05 de Mayo de 2015, de Medine Plus: <http://www.nlm.nih.gov/medlineplus/spanish/ency/article/003211.htm>