

SPA RELAX Y CONFORT

NICOL LORENA GOMEZ LOPEZ

LAURA VIVIANA DIAZ RUBIANO

MABEL JOHANA LOPEZ MACHADO

OPCION DE GRADO 1

GRUPO 10107

CUN COOPORACIÓN NACIONAL UNIFICADA

ADMINISTRACION DE EMPRESAS

BOGOTA, 2018

## TABLA DE CONTENIDO

INTRODUCCIÓN .....	2
1. JUSTIFICACIÓN.....	3
2. DEFINICIÓN DE LA IDEA.....	4
3. DESCRIPCION DE LA IDEA .....	4
4. MATRIZ DE PERFILACION DE CLIENTES .....	4
4.1 Tipo de cliente .....	4
4.2 Necesidad .....	4
4.4 Soluciones actuales .....	5
4.5 Inconformidades y limitaciones .....	6
4.6 Mercado.....	7
4.7 Mercado TAM SAM TM .....	7
4.7.1 TAM .....	7
4.1.2 SAM .....	8
4.1.3 TM.....	8
5. VALIDACION DEL MERCADO .....	9
5.1. Formato entrevista. ....	9
5.2. Análisis de la información y resultados. ....	9
6. PROTOTIPO.....	13

6.1. Descripción del Producto o servicio .....	13
6.2. Ficha técnica.....	14
6.2.1 Planos .....	16
7. PLANEACION ESTRATEGICA.....	17
7.1. Misión.....	17
7.2. Visión .....	17
7.3. Objetivos empresariales .....	17
7.3.1. Objetivo general.....	17
7.3.2. Objetivos específico .....	17
7.4. Valores corporativos .....	18
8. ANÁLISIS DEL MACROENTORNO .....	18
8.1 Análisis Pestel .....	18
8.1.1. Político .....	18
8.1.2. Económico.....	19
8.1.3. Social.....	20
8.1.4. Tecnología .....	20
8.1.6. Legal.....	21
8.2. Las cinco fuerzas de Porter. ....	22
8.2.1. Poder de negociación con proveedores: .....	22
8.2.2. Poder de negociación con los clientes.....	22

8.2.3. Barreras de entrada (amenaza de nuevos entrantes): .....	22
8.2.4. Barreras de salida (productos sustitutivos): .....	23
8.2.5. Rivalidad entre competidores .....	23
8.3 DOFA.....	24
9. CONCLUSIONES .....	25
10. BIBLIOGRAFIA.....	26

## INTRODUCCIÓN

La relajación corporal y mental es fundamental en los seres humanos, resulta ser una buena manera de contrarrestar las responsabilidades, preocupaciones y hasta la manera de sentirnos bien con nosotros mismos. En un mundo como el de ahora es necesario canalizar ideas, energías y lo más importante tranquilidad, todo esto nos lleva a la toma de decisiones las cuales nos hace partir de una necesidad vital de vida como es el sentirnos aliviados esencialmente con nosotros mismos.

Muchas veces tomamos la relajación únicamente a nivel corporal, sin tener en cuenta que la psicología juega una parte importante en la mente de las personas esto se debe a que, por ocurrencia de hechos pasados, por situaciones vividas en el presente o hasta en búsqueda de una mejor apariencia en un futuro, se hace necesaria la existencia de espacios que nos ofrezcan servicios que puedan satisfacer dichas necesidades.

El asistir a espacios de relajación hace que la persona se sienta de una manera especial, que todos esos componentes de ansiedad, intranquilidad y angustia sean transformados en todo lo contrario en positivismo, es interesante como el buen servicio en estos espacios puede cambiar el pensamiento del ser humano.

A medida que va evolucionando el mercado, debemos estar a la vanguardia con cada detalle y cada momento, ofreciendo una sensación de tranquilidad, de descanso, de placer, y esto gracias a que tenemos la capacidad de ofrecer servicios profesionales partiendo de la comunicación y comprensión que un consumidor necesita.

## **1. JUSTIFICACIÓN**

Creamos esta idea pensando en el descanso, relajación y satisfacción física y mental de las personas, supliendo las siguientes necesidades: brindarles a las personas de estratos bajos la oportunidad de asistir a lugar de relajación, salir de las rutinas diarias, dedicarse tiempo con sigo mismo, sentirse y verse bien.

Buscamos llevar a cabo esta idea con el fin de brindar un servicio de calidad que transformen los hábitos de las personas, en el sentido de incentivarlas a asistir a lugares de relación, los cuales tiene apariencia de ser lugares no asequibles económicamente.

Además de esto, la idea nace a partir de las necesidades propias ya que vivimos en estratos, 2 y 3 y contamos con el dinero para brindarnos la oportunidad de asistir a un lugar de estos, además que buscamos descansar de las rutinas diarias de estudio y trabajo.

## **2. DEFINICIÓN DE LA IDEA**

Creación de un Spa que genere un impacto en las personas que asistan, ya que buscamos darle la plena relajación y confort a nuestro cliente mediante nuestro excelente servicio y comodidades económicas.

## **3. DESCRIPCION DE LA IDEA**

Queremos brindarles a las personas, especialmente de estratos bajos, la oportunidad de salir de la rutina de trabajo diaria y dedicarse un tiempo para ellos, reconociendo espacios que les puedan brindar un servicio de relajación, confiable y con precios asequibles.

## **4. MATRIZ DE PERFILACION DE CLIENTES**

### **4.1 Tipo de cliente**

Nos enfocamos en personas mayores de 18 años, cansadas y estresadas por las labores diarias que busquen un espacio de relajación física y mental.

### **4.2 Necesidad**

Buscamos satisfacer la necesidad que tienen las personas de relajarse física y mentalmente, a causa de las jornadas laborales extensas o por vanidad, con el fin de verse y sentirse bien.

### **4.3 Beneficios y expectativas**

A continuación, veremos beneficios que podemos obtener con la adquisición de servicios para la relajación corporal y mental de las personas:

- Buen servicio con un valor agregado de suma importancia y es la escucha y el respeto dirigido a nuestros clientes
- Instalaciones con ambientaciones agradables y en buen estado al público
- Disponibilidad de citas
- Personal especializado y capacitado para brindar información general y de servicios
- Precio acorde a los ingresos del cliente
- Ubicación en sectores de estratos 2 y 3
- Aceptación de personas que quieren hacer parte de nuestra idea de negocio
- Generar en nuestros clientes tranquilidad y relajación
- Co creación con nuestros clientes
- Hacemos que nuestros clientes hagan parte de nuestra idea de negocio a través de las redes sociales, con esto buscamos que sean ellos mismos quienes hablen de nuestro servicio.

### **4.4 Soluciones actuales**

En la actualidad contamos con métodos de relajación que están utilizando las personas para satisfacer sus necesidades, algunos de estos son: asistir a spas, centros de estética, club, parques de diversiones, lugares para practicar deporte, zonas de video juegos, etc., estos lugares están ubicados en zonas estratégicas de la ciudad y están abarcando la mayor cantidad de mercado al cual nosotros queremos llegar.

Estos son los lugares más representativos que abarcan la misma actividad económica a la cual nos vamos a dedicar:

- **CHAIRAMA SPA:** Es un spa que promueve la relajación, satisfacción y garantiza experiencias inolvidables a sus clientes. Este Spa cuenta con una única sede ubicada al norte de la ciudad de Bogotá, con un horario bastante extenso y atención de domingo a domingo. Sus tarifas son asequibles para personas de estrato 2 en adelante.
- **ANGELA SIADO SPA:** Es una empresa comprometida con la belleza masculina y femenina, ofreciendo tratamientos integrales de facial, corporal y spa. (<http://angelasiadospabogota.com>, 2018). Este spa cuenta con una única sede ubicada en el sur de la ciudad, con horarios de atención extendidos y presta el servicio los 7 días de la semana, su método de atención es un por medio de una cita programada, sus tarifas son asequibles para personas de estrato 2 en adelante.
- **SILUETA ESBELTA:** Empresa enfocada en ofrecer servicios integrales en el área estética con procedimientos no invasivos, pensando en la salud física, mental y emocional, así como disminuir su nivel de estrés, relajarse y encontrar paz en su interior. Este spa cuenta con una única sede ubicada en el sur occidente de la ciudad, sus horarios de atención son de lunes a viernes de 9:00am a 7:00pm y sábados de 9:00am a 4:00pm, no se presta el servicio ni domingos ni festivos, sus tarifas son asequibles para personas de estrato 2 en adelante.

#### **4.5 Inconformidades y limitaciones**

Se evidenciará a continuación las inconformidades generadas por parte de las soluciones actuales.

- Precios elevados de los servicios.
- Mal servicio al cliente
- Baja oportunidad de citas
- Horario de atención insuficiente.
- Poca tecnología en las instalaciones
- Espacios de atención reducidos
- Personal de atención insuficiente

#### **4.6 Mercado**

Nuestro mercado esta direccionado a personas mayores de 18 años, entre los estrato 2 y 3, zona centro de la ciudad de Bogotá.

#### **4.7 Mercado TAM SAM TM**

##### **4.7.1 TAM: Mercado total que demanda un producto o servicio en específico.**

Mercado mundial o nacional que demanda servicios de relajación en Spas. Tenemos personas que asisten a Spas como:

- Le blanc Spa (Medellín)
- Lespa Sofitel Santa Clara (Cartagena)
- Kariu (Bucaramanga)
- Beauty Body Spa (Barranquilla)

Allí asisten personas que cumplen con algunas de las características de nuestro perfil de cliente, pero realmente no van a demandar nuestro servicio, porque las necesidades de cada ciudad son diferentes y por nuestra ubicación.

Según estudios de mercado de Raddar, el mercado de la belleza en Colombia mueve más de \$600.000 millones al año, en tratamientos no quirúrgicos, siendo Manizales, Bogotá, Cali, Barranquilla, Cartagena y Medellín las ciudades con mayor dinamismo. (www.dinero.com, 2014)

**4.1.2 SAM: Es una parte del TAM que se dirige a los productos o servicios y el mercado que están al alcance geográfica.**

Mercado local que demanda servicios de relajación en Spas en la ciudad de Bogotá; tenemos lugares tales como:

- Chairama Spa
- Angela Siado Spa
- Silueta Esbelta

Como podemos evidenciar no somos el único spa en la ciudad y por tanto no podremos cumplir toda la demanda de las personas que utilizan un spa.

Mensualmente los bogotanos destinan como mínimo el 8% de su salario mensual en belleza y cuidado personal, que si llegara a ser el mínimo legal de 644.350 pesos colombianos, este monto ascendería a los 50.000 pesos. (www.elheraldo.co, 2015).

**4.1.3 TM: es una parte de SAM que representa realmente al mercado que se puede llegar.**

Nuestro mercado esta direccionado a personas mayores de 18 años, entre los estrato 2 y 3, zona centro de la ciudad de Bogotá.

Evidenciamos que en la zona centro de Bogotá hay un aproximado de 15 spas que prestan servicios de relajación integral pero los precios de sus servicios son elevados.

## 5. VALIDACION DEL MERCADO

### 5.1. Formato entrevista.

Buena día Sr(a) \_\_\_\_\_, hoy le hago esta entrevista con el fin de validar nuestra idea de negocio y segmentar nuestro mercado.

- 1) ¿Qué métodos utiliza para relajarse?
- 2) Aquellos métodos de relajación le satisfacen completamente o ¿Qué valor adicional le daría usted para que fuera mejor?
- 3) Teniendo en cuenta que un Spa es un establecimiento que cuenta con diferentes espacios de relajación integral, que puede ayudarlo a verse y sentirse bien. ¿Cuál es su percepción con respecto a un Spa, asistiría?
- 4) ¿Qué aspectos son relevantes para usted al decidir visitar un sitio de relajación, tal como un Spa? ¿O que le impide ir?
- 5) Considera la idea de asistir a un spa para hombres y mujeres entre los estratos 2 y 3 que se acomode a sus necesidades de sentirse relajado después de las rutinas diarias ¿Sí o no por qué?
- 6) Dentro de su presupuesto contempla la idea de invertir en su bienestar y relajación ¿Cuánto estaría dispuesto a invertir?

### 5.2. Análisis de la información y resultados.

- **DAYBER ALEXIS GARCIA**

El entrevistado indica que sus métodos de relajación son jugar Play, ir a cine y asistir a parques de diversiones, manifiesta que estos métodos son muy efectivos porque relaja la mente después

una larga semana de trabajo y estudio, le manifestamos la opción de asistir a un Spa, para lo cual indica que le parece un lugar interesante y que le llamaría la atención asistir, sin embargo tiene la percepción de que este tipo de lugares es únicamente para mujeres y que sus servicios son un poco costosos, luego de presentarle la idea de asistir a un spa para hombres y mujeres entre los estratos 2 y 3 indica que es una buena opción de relajación asistir, por último, indica que dentro de su presupuesto mensual invertiría un valor aproximado a \$50.000.

- **JENNIFER VIVIANA GÓMEZ**

Jennifer nuestra entrevista, indica que los métodos de relajación que utiliza son salir a parques, caminar, natación y el deporte en general, aunque no se encuentra muy satisfecha con estos, ya que el tiempo que dispone no es suficiente ni adecuado para asistir a estos lugares, por ello a considera la idea de ir a un Sauna; le manifestamos la opción de asistir a un Spa e indica que le parece un método de relajación bastante agradable e importa para el día a día, además nos indica que algunas limitación en estos lugares la han llevado a no haber asistido nunca a uno de estos, luego de presentarle la idea de asistir a un spa para hombres y mujeres entre los estratos 2 y 3 indica que si asistiría porque le están ofreciendo distraerse después de una larga rutina de trabajo en cuanto a horarios y de igual manera ofrece precios asequibles conforme a su estrato social por ultimo indica que dentro de su presupuesto mensual invertiría una valor aproximado a \$50.000 asistiendo 2 veces en el mes.

- **YERALDIN LILIANA ROJAS**

La persona entrevistada nos manifiesta que sus métodos de relajación son asistir a un Spa, descansar y dormir en su casa, y utilizar elementos para hacer masajes y realizarlos ella misma, considera que estos métodos la satisfacen la mayor parte pero tiene algunas informidades con estos, ya que tiene experiencia en este tipo de lugares, manifiesta que le gustaría la idea de que un Spa

implemente 2 tipos de salas en las cuales en la sala 1 atiendan personas con cita programa y en la sala 2 tengan personal que puedan atender a personas que quieran asistir sin cita en caso de que se encuentre estresada por alguna cosa en particular, también manifiesta que le incomodan mucho los precios ya que son muy elevados para tan pocas asistencias al mes, propone que creen planes o descuentos por mes, además de eso considera la idea de asistir a un Spa para hombres y mujeres su única condición es que sea en salas diferentes y en cuanto al Spa dirigido a los estrato 2 y 3 le parece una excelente opción porque se acomoda a su presupuesto el cual oscila entre \$100.000 y \$250.000 pesos al mes asistiendo como mínimo 2 días por semana.

- **LUIS ALFONSO CASTAÑEDA**

El indica que utiliza métodos de relajación como, caminatas naturales, deporte y composiciones musicales el ve que puede dar un valor agregado de más tiempo a dichas actividades, cuenta con una percepción positiva a la creación de nuevos espacios de relajación, es de vital importancia el tipo de servicios que se ofrecen con el fin de relajar su mente y su cuerpo. Toma como opción el asistir a un spa de estrato dos y tres ya que hace parte de sector social de estrato dos teniendo en cuenta que el espacio cuente con todos los permisos y una buena higiene, por último, el señor Luis estaría dispuesto invertir en su bienestar entre un valor de veinte mil pesos hasta ochenta mil pesos.

- **ANDRES DARIO LOTE**

Se realiza entrevista al señor Andrés Darío Lote, donde responde a una serie de preguntas de acuerdo a nuestra idea de negocio, emplea métodos de relajación como deporte , música, ver tv , no se satisface de manera completa, en el momento no le da un valor agregado a estas actividades ya que no ha pensado como poder dárselo a dichas actividades, el señor Andrés tiene una percepción de espacios solamente para mujeres, Pero no descarta la idea de asistir a estos nuevos espacios , es importante la información que se le brinda de primera mano toda vez que gracias a

ello le interesaría a un más , indica que le impide asistir a un spa el tiempo y a pesar de ello le parece interesante el asistir a un spa de enfocado en hombres y mujeres de estratos de dos y tres debido a que en algún momento tuvo la oportunidad de acercarse un poco al dicho mercado ya que cambio su pensamiento, por último el señor Andrés estaría dispuesto a invertir dentro de su presupuesto un valor de cien mil pesos.

- **ADRIANA MANTILLA**

Se realiza entrevista a la señora Adriana, donde responde a una serie de preguntas de acuerdo con nuestra idea de negocio, ella hace uso de la televisión como método de relajación en el cual le daría un valor agregado de más contenido, la señora Adriana tiene una percepción sobre los spas que son lugares costosos, pero sin embargo tiene muy presente sus beneficios, para la señora son importantes los aspectos de higiene, ubicación y servicios, informa que le impide asistir el pensamiento de espacios muy costosos, le gustaría asistir a un spa de estrato dos y tres ya que le parece interesante, ella invertiría sobre un servicio de relajación entre cien mil y ciento cincuenta mil pesos.

- **GERALDINE OSPINA**

Los métodos de relajación que Geraldine utiliza son, asistir a un spa 2 veces al mes, el servicio de preferencia son piedras volcánicas con masajes en cuello y hombros, opina que los Spas son muy costosos dependiendo el sector por ese motivo no asiste con frecuencia. Nos indica que sería un gran beneficio ubicar el spa a estrato dos y tres ya que sería más asequible para ella ya que si es de suma importancia el tema de relajación y le gustaría contar con disponibilidad de servicio los domingos, estaría dispuesta a invertir un aproximado de \$50.000.

- **KIMBERLY MEDINA**

Para relajarse Kimberly asiste a un spa esporádicamente, generalmente hace uso de chocolaterapia y el sauna, indica que le satisfacen totalmente, además nos cuenta que para ella es de suma importancia la limpieza del lugar y el trato del personal hacia ella, considera agradable la idea de asistir a nuevo esta con características en mira a los estratos 2 y 3 y estaría dispuesta a invertir para su relajación un aproximado de \$80.000.

- **DANNA RUBIO**

Como método para relajarse asiste cada dos meses a un spa, el servicio que más utiliza es parafina para hidratar y exfoliar el cuerpo, masajes en espalda y hombros con los cuales se siente satisfecha totalmente, opina que el spa es buena elección para liberar estrés pero el impedimento son los costos muy elevados, le parece una idea genial un spa dirigido a estratos dos y tres que manejen precios asequibles a todo tipo de público y contaría con un presupuesto de \$100.000 en adelante.

## **6. PROTOTIPO**

**6.1. Descripción del Producto o servicio:** Relax y confort, desea brindarles a las personas de estratos bajos la oportunidad de salir de la rutina de dedicarse un tiempo ellos mismos, de conocer espacios de confort teniendo unos precios asequibles, así mismo brindándoles la confianza suficiente y puedan sentirse como en casa.

Prestaremos servicios tales como:

- **Circuito de aguas:** Consiste únicamente en chorros de agua que se colocan a diferentes grados de temperatura para el cual su funcionabilidad es hidratar la piel.

- **Aguas termales y minerales:** Los baños termales los enfocaremos básicamente en tratamientos medicinales y relajantes para nuestro cliente.
- **Masajes:** Buscamos brindarle la mayor relajación posible al cliente por medio de los masajes ya que son de gran ayuda y relajación en algunas partes del cuerpo, también ayuda a disminuir dolores corporales.
- **Tratamientos de belleza:** En este método usaremos mascarillas como el barro, pepino aceites para mejorar la textura de la piel de nuestro cliente ya que brindan gran hidratación y piel más suave, también remueve las células muertas.
- **Choco terapia:** Basado únicamente con chocolate ya que aporta al sistema nervioso de las personas se usan como tratamiento para controlar la depresión y la ansiedad.
- **Vino terapia:** Se mezclan en los termales y se basan en uvas fermentadas con diferentes aceites para la ayuda de la exfoliación de la piel.
- **Aromaterapia:** Es uno de los tratamientos preferidos por las mujeres para liberar el estrés, puesto que se maneja a base de aromas como esencias de vainilla y limón.
- **Fango terapia:** En este tratamiento nuestro elemento primordial será el barro con el cual se realizarán suaves masajes para ayudar a refrescar el área facial, ayudara al cliente a disminuir el acné o problemas en la piel.

## 6.2. Ficha técnica:

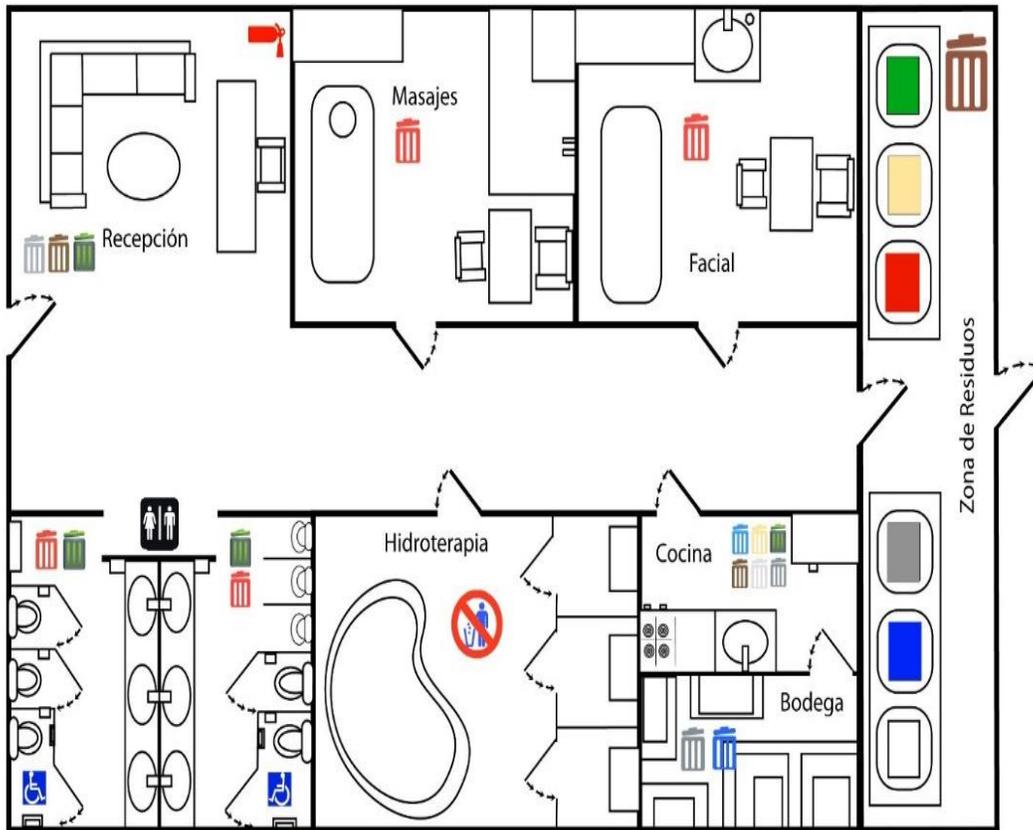
Relax & Confort está diseñado con las siguientes características.

- **Área de recepción:** Área primordial ya que es la entrada para que nuestros clientes tomen la decisión de utilizar el servicio, generando confianza con el buen servicio y brindando la información suficiente sobre procedimientos y costos

- **Vestir y Loquers:** Zona en la que los usuarios utilizaran para su arreglo personal y guardar sus objetos.
- **Duchas:** Área diseñada para que al final de los respectivos procedimientos los clientes asean su cuerpo.
- **Zona de sauna y aromaterapia:** Los saunas utilizan vapor y aromaterapia para promover la relajación máxima hay una gama de saunas de vapor que van desde los más tradicionales, hasta refugios de relajación contemporánea con asientos contorneados, iluminación integrada y tecnología de liberación de aroma.
- **La bañera de hidromasaje:** Estas bañeras de hidromasaje están diseñadas para acoger a muchas personas y sus bordes contorneados le dan comodidad. Desde piscinas sencillas con calefacción hasta el famoso jet jacuzzi, estas bañeras vienen con controles fáciles de usar y son muy simples de mantener. Las bañeras calientes son una excelente opción para reemplazar las piscinas, y permite disfrutar de la experiencia de un spa al aire libre durante todo el año.
- **El cuarto de vapor:** Desde la tradicional cabina de sudor hasta salones de vapor más modernos, el cuarto de vapor es un elemento básico de un spa casero. Las salas de vapor pueden ser espaciosas y abiertas con capacidad para grupos, o más pequeñas, como las cabinas de usuario único para la relajación y el disfrute solitario. Las salas de vapor ofrecen terapia de vapor más concentrada, con controles fáciles de usar para el disfrute ocasional o establecimiento de una rutina de vapor y aromaterapia.
- **Servicios Generales y bodega:** Zona exclusiva para guardar los implementos de aseo del spa y los suministros requeridos

- **Zona de lavado:** Área especializada para el lavado de toallas, sábanas e implementos utilizados en el spa.

### 6.2.1 Planos



## **7. PLANEACION ESTRATEGICA**

### **7.1. Misión**

Spa Relax y Confort está enfocada en ofrecer servicios integrales de cuidado corporal, creyendo que el bienestar del ser humano es lo primordial. Promovemos la relajación física y mental, disminuyendo el estrés y brindando un agradable momento a quien nos visite.

### **7.2. Visión**

Para el año 2020 Spa Relax y Confort busca ser reconocida a nivel nacional, por brindar un servicio de cuidado corporal integral de excelente calidad, asequible y practico.

### **7.3. Objetivos empresariales**

#### **7.3.1. Objetivo general**

Brindar un servicio integral de cuidado corporal promoviendo la relajación física y mental de las personas con el fin de disminuir el cansancio.

#### **7.3.2. Objetivos específico**

- Implementar técnicas innovadoras de relajación
- Utilizar equipos de última tecnología.
- Contratar personal especializado.
- Manejar precios asequibles.

#### **7.4. Valores corporativos**

Nuestros valores corporativos se expresan en cada actividad que se desarrolla en nuestra organización.

- **Respeto**

En Spa Relax y Confort reconocemos los derechos de nuestros clientes y respetamos su cuerpo y mente, de igual manera promovemos el cumplimiento de los deberes propios y de los demás, con miras a una convivencia armónica.

- **Igualdad**

Creemos que todos debemos recibir un trato digno e igualitario sin importar su condición o circunstancia, por ello estamos comprometidos en prestar un servicio sin distinciones.

- **Responsabilidad**

Actuamos correctamente y con prudencia, tomando las mejores decisiones y minimizando el riesgo de fracaso. Spa Relax y Confort asume las consecuencias de sus actos y procurando la calidad de nuestros servicios.

### **8. ANÁLISIS DEL MACROENTORNO**

#### **8.1 Análisis Pestel**

**8.1.1. Político:** Debemos tener en cuenta que a nivel político legal se crean leyes, decretos, ordenanzas, resoluciones que en este momento se encuentran en vigencia, a continuación algunas resoluciones que se rigen al momento de la creación y el buen funcionamiento de la creación de spa.

Los requisitos para la apertura y funcionamiento de cualquier establecimiento de belleza, están establecidos en título 8 de la Ley 1801 de 2016, por la cual se expide el código nacional de policía y convivencia, así como en el Decreto 1879 de 2008.

Ley 711 de 2001: por la cual se reglamenta el ejercicio de la ocupación de la cosmetología y se dictan otras disposiciones en materia de salud estética.

Resolución 2263 de 2004: Por la cual se establecen los requisitos para la apertura y funcionamiento de los centros de estética y similares y se dictan otras disposiciones.

Resolución 3924 de 2005: por la cual se adopta la Guía de Inspección para la Apertura y Funcionamiento de los Centros de Estética y Similares y se dictan otras disposiciones. Particularmente, esta resolución presenta en uno de sus anexos un cuadro con las tecnologías que no son de competencia de las esteticistas.

Resolución 2827 de 2006: por la cual se adopta el Manual de bioseguridad para establecimientos que desarrollen actividades cosméticas o con fines de embellecimiento facial, capilar, corporal y ornamental (Peluquería). (<http://www.saludcapital.gov.co>, s.f.)

**8.1.2. Económico:** Con pago oportuno de impuestos y demás aportes gubernamentales la empresa estaría contribuyendo a las políticas de seguridad social que el gobierno ha ido implementando y con la que busca garantizar una vida digna,

De igual manera podemos tener en cuenta que en el aspecto económico se va afectado según la fluctuación de la tasa de cambio, y debido a los esfuerzos del banco de la republica continuara bajando porque corresponde a una tendencia macroeconómica mundial generada por la liquidez mundial, hace que afecte a la creación de empresa ya que no podría obtener los resultados esperados

**8.1.3. Social:** El comportamiento de nuestros clientes frente a sus necesidades, están cambiando permanentemente, lo cual ha dado lugar al crecimiento de nuevas ideas de negocio, esto hace que se pueda generar oportunidades de empleo así como de aprendizaje y auto conocimiento para spa relax y confort, es importante estos aspectos toda vez que tenemos en cuenta la opinión y la manera en que tratamos a nuestros clientes.

Como sociedad debemos ayudarnos y así mismo poder contribuir con el crecimiento del país y el desarrollo económico, creando así una posición de marca y todas gracias nuestro reconocimiento y nuestro servicio de buena calidad.

**8.1.4. Tecnología:** En Spa relax y confort se emplearán equipos tecnología para la realización de diferentes procedimientos, tales como:

- Jacuzzi.
- Jacuzzi con turbinas para hidromasaje
- Camas de masaje hidráulicas.
- Sillones.
- Mesas auxiliares.
- Casilleros.
- Equipo de cómputo.
- Pantallas solares.
- Equipos de aparatología: máquinas de alta frecuencia, frecuencia galvánica o micro galvánica.
- Cámaras hiperbáricas o de bronceado

**8.1.5. Entorno ambiental:** Es de vital importancia trabajar de acuerdo a parámetros establecidos que garanticen la plena conservación del medio ambiente, sin que afecte el funcionamiento de spa relax y confort, lo cual es primordial tener en cuenta algunos de estos parámetros de producción: Buenas prácticas, mejor control de los procesos, modificaciones de los equipos, cambios tecnológicos si es necesario, etc.

La utilización adecuada reduce el impacto medio ambiental debido a la buena decisión tomada a un buen momento.

**8.1.6. Legal:** Para efectos legales es necesario tener en cuenta toda la reglamentación a la hora de creación de empresa, los cuales son

- Constitución de la Empresa y Aspectos Legales.

La organización a constituir es una Sociedad por Acciones Simplificada, S.A.S. Por medio de la Ley 1258 del 5 de diciembre de 2008, se creó en la legislación colombiana la denominada Sociedad por Acciones Simplificada –SAS. La ley citada entró en vigencia el mismo día de su promulgación (Artículo 46 de la referida ley). La SAS es una persona jurídica cuya naturaleza será siempre de carácter comercial, independientemente de las actividades que se encuentren previstas en su objeto social. (CODIGO DE COMERCIO DE COLOMBIA, s.f.)

- Constitución de la sociedad.

Se elabora el documento de constitución, y se registra en la Cámara de Comercio, ese documento debe ir con todos los datos de los socios, dirección, nombre de la sociedad, términos e duración de la sociedad, enunciación clara y completa de las actividades principales El capital autorizado, suscrito y pagado, la clase de acciones representativas del capital. 2) NIT: Para obtener el Número de Identificación Tributaria –NIT-, deberá ingresar a la página web [www.dian.gov.co](http://www.dian.gov.co)

o dirigirse a las oficinas de la DIAN, y diligenciar el formulario del RUT “Para trámite en Cámara” y debe ser presentado por el representante legal. El documento con leyenda “Para Trámite en Cámara” debe ser presentado personalmente por el representante legal o una persona autorizada, en la Cámara de Comercio o ante notaría. (CODIGO DE COMERCIO DE COLOMBIA, s.f.)

## **8.2. Las cinco fuerzas de Porter.**

**8.2.1. Poder de negociación con proveedores:** Cuenta con los siguientes factores internos:

- Volumen de compra.
- Variedad en los servicios ofrecidos.
- Concentración en los proveedores y la competencia.
- Reducción de costos.
- Número de servicios sustitutos disponibles en el mercado.

**8.2.2. Poder de negociación con los clientes**

- Incentivo del volumen de compra.
- Costos asequibles y facilidades para que los clientes.
- Disponibilidad de información.
- Concentración de número de clientes Vs número de compañías.
- Posibilidad de negociación, sobre todo en los sectores de costes fijos elevados.

**8.2.3. Barreras de entrada (amenaza de nuevos entrantes):** Esta barrera de entrada hace que las nuevas empresas potenciales ofrezcan servicios sustitutos o alternativas a los del sector o mercado.

Esta barrera es algo compleja, aunque debemos tener en cuenta que aun si tenemos la posibilidad de entrar, para otras empresas se les será complicado y esto hace que se convierta en una barrera fuerte para nosotros spa relax & confort.

**8.2.4. Barreras de salida (productos sustitutivos):** Hace referencia a los posibles sustitutos de los servicios ofrecidos en ese sector o mercado, y que pueden ser relevantes para el consumidor.

Unos de los factores relevantes en esta barrera son:

- Activos especializados
- Cariño por la empresa
- Restricciones gubernamentales

**8.2.5. Rivalidad entre competidores:** La rivalidad entre los competidores lleva a obtener una gran cantidad de estrategias destinadas a superar a los demás, teniendo en cuenta sus debilidades lo cual es aprovechable para la competencia.

Debemos tener en cuenta que la rivalidad entre competidores también suele aumentar cuando:

- La demanda por los servicios disminuye
- Existe poca diferenciación en los servicios
- Las reducciones de precios se hacen más comunes
- Los consumidores tienen la posibilidad de cambiar fácilmente de
- Los costos fijos son altos
- Las fusiones y adquisiciones en las industrias son comunes.

### **8.3 DOFA**

#### **Debilidades**

- Poco capital para la inversión
- Baja participación en el mercado
- Crecimiento lento

#### **Oportunidades**

- Ser uno de los pocos spa dirigidos a estratos bajos y precios asequibles
- Encontrar muy buenos proveedores y tal vez inversionistas para ir creciendo en el mercado.
- Ofrecer un excelente servicio a los clientes

#### **Fortalezas**

- Productos de calidad y garantizados
- Ambiente totalmente adecuado a los servicios que se van a prestar
- Capacitación constante al personal

#### **Amenazas**

- Alta competencia en el mercado
- Inestabilidad política y económica del país

## 9. CONCLUSIONES

Spa Relax y Confort presta un servicio integral de cuidado corporal promoviendo la relajación física y mental de sus clientes, encaminado a personas mayores de 18 años, entre los estratos 2 y 3 en la ciudad de Bogotá.

Tratamos a nuestros clientes con respeto, cuidando su cuerpo, y generando una estabilidad emocional que le permita verse y sentirse bien.

Manejamos procesos operativos, logísticos y de mejora continua que nos permitan satisfacer la necesidad del cliente.

Estamos encaminados en prestar un servicio asequible, con altos estándares de calidad y con un nivel tecnológico avanzado, que nos permita expandirnos y diferenciarnos de nuestra competencia.

## 10. BIBLIOGRAFIA

<https://www.deustosalud.com/blog/terapias-naturales/que-tratamientos-podemos-ofrecer-spa>

<http://angelasiospabogota.com/>

<https://www.dinero.com/empresas/articulo/inversiones-del-mercado-belleza/198024>