

ESTUDIO DE CREACIÓN DE EMPRESA SHIATSU UBICADA EN LA CIUDAD DE  
BOGOTÁ D.C.

KAREN MARCELA RODRIGUEZ DIAZ

YENI ALEJANDRA GUTIERREZ

TRABAJO DE OPCIÓN DE GRADO PARA OBTAR EL TITULO DE: TECNOLOGO  
EN PROCESOS ADMINISTRATIVOS

ASESOR: ANDRES MAURICIO ACOSTA LOPEZ

CORPORACIÓN UNIFICADA NACIONAL DE EDUCACION SUPERIOR – CUN  
ESCUELA DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS  
PROGRAMA DE ADMINISTRACION DE EMPRESAS – CONTADURIA PÚBLICA.  
BOGOTA D.C. – MAYO DE 2017.

ACEPTACION

NOTA DE ACEPTACION

---

JURADO No. 1

Bogotá D.C mayo de 2017.

## DEDICATORIA

Dedicamos este proyecto a todos aquellos que creyeron en nosotros e hicieron posible que este sueño se hiciera realidad.

## AGRADECIMIENTOS

Agradecemos en primera instancia a Dios por permitirnos tener vida y salud para poder llevar a cabo esta investigación, a nuestros padres que nos apoyaron en este sueño que pronto se hará realidad, a nuestro docente Andrés Mauricio Acosta por guiar y apoyar nuestro proyecto para que se estructurara de la mejor forma, por último y no menos importante a la universidad la Corporación Unificada Nacional de Educación Superior – CUN por permitirnos el desarrollo de este proyecto y por darnos las herramientas necesarias para llevarlo a cabo.

## **INTRODUCCION**

Una de las enfermedades más impactantes que se ha venido generando en el ámbito laboral es el estrés, ya que este genera falta de interés y motivación laboral, para poder satisfacer esta necesidad se propone una idea de negocio donde se pretende implementar un Spa para las empresas, el cual podemos dar a conocer por medio de un estudio de factibilidad apoyado a su vez de fuentes de información bien fundamentadas para conocer el mercado y así ofrecer diferentes servicios de relajación a nuestros clientes, contando con un personal calificado que se enfoque en satisfacer las diferentes necesidades del cliente.

### **1. NOMBRE DE LA EMPRESA O IDEA DE NEGOCIO “SHIATSU”**

El nombre de spa para empresas “Shiatsu” se determina ya que el servicio que ofrece la empresa es dedicado a las personas que se encuentran laborando, es una empresa dedica al servicio de portafolios de diferentes terapias logrando satisfacer la necesidad del cliente.

#### **1.2.Misión**

Crear bienestar para nuestros colaboradores logrando satisfacer las necesidades a nivel salud, estética y belleza logrando un equilibrio perfecto entre cuerpo, mente y alma mejorando su rendimiento laboral, por medio de masajes, aceites música y diferentes métodos de sanación y relajación.

#### **1.3.Visión**

En el año 2020 Spa Empresas S.A.S será empresa líder en prestadora de servicios, reconocida a nivel nacional, abarcando un amplio mercado y ofreciendo la mejor atención a cada uno de nuestros clientes, con integridad y respeto.

## **2. OBJETIVOS**

### **2.1. Objetivo general**

Crear una unidad de negocio dedicada a ofrecer servicios de masajes en las empresas, con un amplio personal especializado en técnicas de relajación y medicina alternativa, a base de aceites naturales elementos como el aire, fuego, tierra y agua, camillas, piedras volcánicas, acupuntura, generando una innovación en sus pausas activas, ubicados en el centro de la ciudad de Bogotá Colombia.

### **2.2. Objetivos específicos**

- Seleccionar un personal capacitado en técnicas de masajes y relajación, con buen servicio al cliente, para que proporcione tranquilidad en nuestros usuarios finales.
- Gestionar oportunamente las necesidades de nuestros clientes, proporcionando una logística rápida y efectiva para el traslado a diferentes sitios donde se encuentra ubicado nuestros usuarios.
- Obtener los recursos necesarios, conocimiento del manejo de los instrumentos que se utilizaran para llevar a cabo el masaje y de más técnicas utilizadas.

## **3. VALORES**

### **3.1. Compromiso:**

En nuestra empresa siempre estará el apoyo a nuestros clientes internos y externos, promoviendo un buen trabajo en equipo para el cumplimiento de nuestras metas, con un amplio sentido social.

### **3.2.Eficacia**

La optimización de procesos y el tiempo de la ejecución de los mismos, lograra que siempre estemos en el momento justo para atender los requerimientos y crecimiento de la organización.

### **3.3.Respeto**

Aceptar las diferencias y creencias, proporcionando siempre un buen trato de amabilidad y cortesía ante los demás.

## **4. ANÁLISIS 5 FUERZAS DE PORTER**

Michael Porter Economista, conocido por brindar sus aportes al mundo sobre los negocios para desarrollar estrategias que ayuden al crecimiento de las empresas, logra implementar muchas herramientas una de ella las 5 fuerzas de Porter, por medio del cual logra maximizar recursos y superar la competencia.

### **4.1. Amenaza de nuevos competidores**

En Bogotá existen muchas empresas dedicadas a prestar servicio de SPA, donde aleatoriamente se encontraron 6 empresas, de las cuales 2 son spa móvil, en común todas ofrecen diferentes planes de masajes, en parejas, en familia, con amigos, o en caso de los móviles dedicado a las personas.

Otro tipo de servicios que utilizan es hidromasaje, tips de belleza, cirugías, bronceado, piscina, veladas románticas, entre otros.

Cuando conocemos que tipo de competidores están ofreciendo nuestros los mismos servicios, podemos generar estrategias de innovación que ayuden a brindar un valor agregado a nuestros clientes. Analizando nuestros competidores se puede concluir que el

servicio que ofrecemos es el mismo, pero estamos agregando diferentes productos como la medicina alternativa, de igual forma nuestro cliente objetivo.

#### **4.2.Poder de negociación con los clientes:**

Nuestro cliente objetivo son las empresas por lo cual nuestro mercado es B2B, en primera instancia nuestra negociación seria con las personas de recursos humanos o salud ocupacional, ya que es para bienestar de los empleados, lo que se quiere lograr es ofrecer un portafolio de servicios únicos donde incluimos la medicina alternativa, poder llevar al colaborador de la empresa a un espacio diferente y generar un cariño por la empresa donde trabaja.

La empresa brindara diferentes estrategias de ventas, una de ellas personalizadas, generar una experiencia con el cliente, y marketing, logrando que ellos accedan a nuestros servicios con facilidad, y cumplimiento en los acuerdos.

#### **4.3.Poder de negociación de los proveedores**

Para siempre tener al alcance los recursos necesarios para llevar a cabo el servicio en el cual se desarrolló la empresa es importante determinar que no podemos tener solo un proveedor para suministro, debemos tener varios los cual blinda la posibilidad de incumplimiento en las entregas, generar una buena negociación con los proveedores proporcionara que siempre lo solicitado llegue a tiempo.

También es importante saber cómo debemos realizar las solicitudes, conocer el funcionamiento de estas empresas, para saber cómo trabajan y como es su logística, adicional de poder llegar a un acuerdo en precios, retenciones, temas legales que influyen en una buena decisión de negocio.



#### **4.4. Amenaza de productos sustitutos**

Al realizar el análisis en las 6 empresas que se investigaron, se identificó que los productos sustitutos para los masajes son: hidromasajes, chocoloterapia, cirugías, tips de belleza, spa en centros fijos o en las casas de las personas, también están las camillas, o hay centros de psicología que tratan la medicina alternativa para la curación de enfermedades.

Como se identifica existen varios productos sustitutos, pero podemos observar que estos productos se ofrecen en diferentes mercados, lo que proporciona que afecten a la empresa de una forma indirecta, si se tiene en cuenta que, al ofrecer el servicio a las empresas, no todos los empleados van al spa y no conocen estos servicios, en la empresa donde laboran si podrán acceder a ellos.

#### **4.5. Rivalidad entre los competidores existentes**

Competencia directa aún no hay, pero en términos indirectos si, los spas fijos móviles para las personas hacen que pueda haber competencia.

### **5. ANALISIS PELTEL**

#### **5.1. Sector económico:**

El Fondo Monetario Internacional FMI, estima un crecimiento en la economía colombiana será del 2.6% durante el 2017.

Alejandro Werna, dijo que Colombia adopto oportunamente una política Monetaria y fiscal, más receptiva que propicia una reducción. Más rápida dela prevista del déficit en cuenta corriente con la que consigue reducir los riesgos externos. Añadió que el crecimiento a mediano plazo se verá afianzado por el acuerdo de paz recientemente firmado y por la reforma tributaria institucional.

Los sectores de productos para la belleza y el cuidado personal ha, recibido el impacto de la devaluación y las dificultades comerciales. Con los países vecinos un consumo interno crece, casi al 60% es la bula oxígeno

En los últimos cuatro años la dinámica de exportación de cosméticos desde Colombia ha sido positiva registrando un crecimiento promedio anual del 69% desde el 2010. Las exportaciones totales de América latina y del Caribe.

### **5.2.Sector Tecnología:**

Nuevas tendencias tecnológicas del país masaje rítmico depende de las vibraciones y de la ondulación de la música para realizar las pulsaciones en el cuerpo. Son cuatro los tipos de este masaje: Synchronicity, Smooth Operator, Face the music y Wrap Remix.

El primero es un masaje de pulsaciones que se basa en melodías del pasado y del presente para realizar un viaje histórico a través de la música. El masaje tiene infusiones con aceites de esencias orgánicas para reducir el estrés, la tensión muscular y desintoxicar.

Smooth Operator es un ritual de dos partes que primero elimina las impurezas y después introduce elementos nutritivos. La música combina los beneficios terapéuticos de la vibración del sonido y los productos orgánicos para rejuvenecer e hidratar la piel del rostro.

El Wrap Remix incluye una limpieza con té de jengibre para poner en marcha el proceso de desintoxicación, masaje de movimiento y la máscara facial de limpieza: mientras que Face the music rejuvenece e hidrata la piel facial a través de la vibración de sonidos y de productos orgánicos.

### **5.5. Sector Socio-cultural:**

Para la mayoría de la gente, el cuidado de la imagen personal forma parte de su estilo de vida. Esto se observa, sobre todo, en las mujeres que trabajan y que pueden darse tiempo para consentirse. Ellas cuidan su dieta, hacen ejercicio y son fuertes demandantes de

productos y servicios de belleza. Pero el género masculino no se queda atrás. Especialistas, consultores y dueños de salones de belleza coinciden en que actualmente, cada vez hay más que asisten a un spa de manera frecuente. Además, es más común verlos consumir cremas, geles, masajes y hasta depilaciones permanentes. Por otro lado, esta misma tendencia positiva se observa en el arreglo personal para eventos sociales, que representa un mercado que siempre demandará los servicios de los expertos.

El cuidado de la belleza es una industria en constante crecimiento, generadora de grandes volúmenes de venta y autoempleo, incluso, en épocas de recesión. Así lo demuestra el crecimiento del 5.6% que mantuvo en los últimos cinco años en el país, al pasar de 96,000 establecimientos en 2006 a 152,800 al cierre del 2010. En conjunto, estos negocios registran más de \$1,200 millones por ventas al mes, con lo que se proyecta un crecimiento anual del 7.2% para los próximos años, señala la Cámara Mexicana de la Industria del Embellecimiento Físico (Camief).

El sector está conformado en su mayoría por micro, pequeñas y medianas empresas (Mipymes) de entre 40 y 60m<sup>2</sup>, sin contar las salas de belleza existentes en la economía informal, de las que se calcula que casi el 50% son personas que trabajan a domicilio. Sin embargo, se trata de un mercado al que todavía le falta mucho por explotar, en comparación con países como Japón, que posee más de 500,000 negocios de este tipo, explica Rocío López de Muriedas, directora general de la Camief.

Este potencial de desarrollo se debe a la diversificación del sector, que dio lugar a los spas y a negocios especializados en uñas o depilación. Mientras que las estéticas enfocadas a los segmentos de nivel socioeconómico alto optaron por integrar los servicios para piel y

cabello en establecimientos de mayor tamaño. Bastó con meter cabinas de masaje o cámaras de bronceado para que se convirtieran en centros de belleza.

#### **5.6. Sector político:**

Fenalco, el gremio de los comerciantes que hoy comienza su Congreso Nacional anual en Santa Marta, se puso a la tarea de definir las 10 tendencias que regirán al consumidor de aquí al 2016.

La primera, según el director económico de Fenalco, Rafael España, es el consumo cuidadoso.

Este factor corresponde a la intención del consumidor de dirigir sus compras a marcas que se preocupen por su entorno y por atenuar cualquier impacto negativo de sus bienes o servicios en el medio ambiente.

La segunda tendencia, notoria a juicio de los análisis, corresponde a la salud como un tema obsesivo.

La comida saludable, la promoción de la actividad física a través de centros de relajación, de spa, centros de estética y gimnasio, es un tema prioritario para el consumidor.

Se espera que crezca la demanda por la comida saludable, la dietética y la orgánica, así como por todo el portafolio de alimentos funcionales que desarrolla la industria.

En los centros comerciales, el gimnasio comienza a ser fundamental, en la oferta de los establecimientos abiertos al público, según el estudio.

Sector ecológico: Desde mediados de los años 90, con la necesidad de proteger los recursos necesarios y los ecosistemas frágiles del planeta, poder reducir la contaminación conservar el patrimonio y la diversidad cultural, respetar la dignidad de las personas.

Ante esto se incluye lo ecológico y lo sostenible, la industria global de la hospitalidad ha vivido un cambio importante respecto a ambos puntos, por lo que ha sido más consciente el

papel que juega en el cuidado del medio ambiente, así como la importancia de la sostenibilidad a largo plazo.

Los spas logran incluirse como líderes en el bienestar y relajación con lo cual logran contribuir al medio ambiente, adicional por que serían rentables, hay spas que se involucran en campañas de reciclaje a nivel comunal o municipal y con temas de la responsabilidad social.

También la ecología busca la sustentabilidad para ello existe las 4 R de la sustentabilidad que son: Repensar, Reducir, Reusar, Reciclar, los spa que han virado a lo ecológico se han enfocado principalmente en el tema de la energía, el agua y mejora de la gestión de residuos, busca reducir la energía en 30% y el agua en 20%, con ello trae buenos beneficios, genera un nuevos puestos de trabajo capacitación constante para el personal local, mejorando la calidad del servicio y mejora con la calidad de vida de la comunidad. Incluso algunos, del spa que se han sumado a esta corriente han trabajado muy de la mano con arquitectos e ingenieros para reducir sus emisiones de carbono a través de diseños de muy bajo consumo para preservar la seguridad de las playas ambientalmente sensibles, desiertos y montañas donde a menudo se encuentran estos.

### **5.7.Sector Ecológico:**

Desde mediados de los años 90, con la necesidad de proteger los recursos necesarios y los ecosistemas frágiles del planeta, poder reducir la contaminación conservar el patrimonio y la diversidad cultural, respetar la dignidad de las personas.

Ante esto se incluye lo ecológico y lo sostenible, la industria global de la hospitalidad ha vivido un cambio importante respecto a ambos puntos, por lo que ha sido más consiente el papel que juega en el cuidado del medio ambiente, así como la importancia de la sostenibilidad a largo plazo.

Los spas logran incluirse como líderes en el bienestar y relajación con lo cual logran contribuir al medio ambiente, adicional por que serían rentables, hay spas que se involucran en campañas de reciclaje a nivel comunal o municipal y con temas de la responsabilidad social. También la ecología busca la sustentabilidad para ello existe las 4 R de la sustentabilidad que son: Repensar, Reducir, Reusar, Reciclar, los spa que han virado a lo ecológico se han enfocado principalmente en el tema de la energía, el agua y mejora de la gestión de residuos, busca reducir la energía en 30% y el agua en 20%, con ello trae buenos beneficios, genera un nuevos puestos de trabajo capacitación constante para el personal local, mejorando la calidad del servicio y mejora con la calidad de vida de la comunidad. Incluso algunos del spa que se han sumado a esta corriente han trabajado muy de la mano con arquitectos e ingenieros para reducir sus emisiones de carbono a través de diseños de muy bajo consumo para preservar la seguridad de las playas ambientalmente sensibles, desiertos y montañas donde a menudo se encuentran estos.

#### **5.8.Sector Legal:**

Resolución 02263 de 2004 (Julio 14) El Ministerio de Protección social Resuelve:

Artículo 1. Es obligatorio el cumplimiento para el funcionamiento de cualquier centro de estética, institutos de belleza y demás establecimientos, los siguientes requisitos de funcionamiento:

Artículo 5. Requisitos de funcionamiento:

1. Condiciones generales:

- Áreas independientes para el desarrollo de cada actividad, debe permitir el libre desplazamiento del personal y debe garantizar un aire limpio de un lado a otro.
- Garantizar la privacidad de cada área donde se desarrolle la activada, contando con una sala de espera.

- Los mobiliarios (sillas, mesas, camillas etc.) deben ser de material lavable.
- Disponer de protectores cuando se realicen técnicas de contacto directo con el cuerpo (Tapa bocas, guantes, y gorro para el cabello).
- Contar con instalaciones con iluminación y ventilación sea natural o artificial.
- Disponer de un botiquín dotado de todos los implementos de primeros auxilios.
- Tener instalaciones en buen estado que no presenten riesgos inminentes de desastres naturales.

Depósitos y eliminación de residuos: El área dispuesta para los desechos sólidos debe ser independiente. Se debe separar los residuos sólidos de los líquidos, de acuerdo a lo contemplado en el Decreto 2676 de 2000 y la Resolución 1164 de 2002, o la normatividad sanitaria vigente.

Personal:

- Utilizar la ropa y el calzado exclusivo para desempeñar las distintas funciones de que trata la presente resolución y no podrán ingerir alimentos ni bebidas durante la realización de los procedimientos.
- Cumplir con el manual de bioseguridad, expedido por el ministerio de protección social.
- No podrán realizar procedimientos cuando padezcan heridas y/o lesiones en las manos.

2. Manuales y registros:

- Disponer de los manuales en donde se detallen los procesos y procedimientos de los servicios que se prestan.
- Llevar un registro actualizado de los equipos con que cuenta el establecimiento y del mantenimiento que se les realiza a los mismos.

Artículo 6. Cada establecimiento deberá informar previamente a los clientes, los cuidados, precauciones, riesgos y costos, relacionados con el servicio solicitado.

#### Artículo 7. Documentación legal:

- Certificado de existencia y representación legal, expedido por la Cámara de Comercio.
- Viabilidad de uso del suelo expedido por planeación municipal o la entidad territorial.
- Planos del establecimiento indicando las áreas.
- Relación del personal que prestará los servicios en el establecimiento, allegando la certificación que lo acredita, indicando la función o actividad laboral realizada por cada uno.
- Relación de los servicios a prestar.
- Relación de los equipos con que cuenta el establecimiento para prestar los servicios declarados, indicando el número del concepto técnico favorable otorgado por el Invima.

Decreto 614 de 1984 (marzo 14) Por el cual se determinan las bases para la organización y administración de Salud Ocupacional en el país, decreta:

#### Artículo 2. Objeto de salud ocupacional:

- Mejorar y mantener las condiciones de vida y salud de la población trabajadora.
- Prevenir todo daño para la salud de las personas, derivado de las condiciones de trabajo.
- Proteger a la persona contra los riesgos relacionados con agentes físicos, químicos, biológicos, psicosociales, mecánicos, eléctricos y otros derivados de la organización laboral que puedan afectar la salud individual o colectiva en los lugares de trabajo.
- Eliminar o controlar los agentes nocivos para la salud integral del trabajador en los lugares de trabajo.

#### Artículo 25. Comités de Medicina, Higiene y Seguridad Industrial de empresas:

En todas las empresas, se constituirá un comité de medicina, Higiene y Seguridad Industrial integrado por un número igual de representantes de los patronos y de los trabajadores cuyo



funcionamiento se regirá por la reglamentación especial que expidan conjuntamente los Ministerios de salud y de Trabajo y Seguridad Social.

Artículo 28. Programas de Salud Ocupacional en las empresas: Los programas de salud Ocupacional que deben establecerse en todo lugar de trabajo, se sujetarán en su organización y funcionamiento, a los siguientes requisitos mínimos:

- El programa será de carácter permanente.
- El programa estará constituido por 4 elementos básicos: Actividades de Medicina Preventiva, actividades de Medicina del trabajo, actividades de higiene y seguridad Industrial, funcionamiento del comité de Medicina, Higiene y Seguridad Industrial de empresa.
- Las actividades de Medicina preventiva, y medicina del Trabajo e higiene y Seguridad Industrial serán programadas y desarrolladas en forma integrada.
- Su contenido y recursos deberán estar en directa relación con el riesgo potencial y con el número de trabajadores en los lugares de trabajo.
- La organización y el funcionamiento se harán conforme a los reglamentos que se expidan los Ministerios de Salud y de Trabajo y Seguridad Social.

## 6. SEGMENTACIÓN DE MERCADO B2B.

### 6.1. Segmentación geográfica:

EMPRESA PYMES Y MICROEMPRESAS	SOM	SAM	TAM
LOCACIÓN	Bogotá	Cundinamarca	Ciudades principales de Colombia
			• Cundinamarca
			• Atlántico
			• Antioquia
			• Valle de causa
			• Santander
DENSIDAD	116 empresas	740 empresas	922 empresas

Se identifica la cantidad de empresas que acceden a este servicio, teniendo en cuenta la ciudad que inicialmente sería Bogotá, segundo del departamento de Cundinamarca y posteriormente a las ciudades principales de Colombia.

### 6.2. Segmentación por tipo:

La tipología de empresas elegidas para abordar son de sector público y privado las cuales prestan el servicio de salud, educación, transporte, financieros, público, informático y software, minero y petróleo; por lo cual las empresas objetivas serían las que relaciona estas profesiones, ya que el spa para empresas quiere lograr que, por medio de los masajes y medicina alternativa, se reduzca el stress y se incremente la motivación laboral en las organizaciones

### 6.3. Segmentación por tamaño:

Inicialmente se conseguirá negociación con microempresas, pero al ir identificando el crecimiento del mercado, se buscará conseguir licitaciones con grandes empresas incluso con empresas pertenecientes al gobierno.

Las empresas pequeñas pueden obtener un rango de empleados entre 11 y 50 trabajadores, las microempresas no superan a 10 trabajadores, mediana empresa personal entre 51 y 200 trabajadores.

### MICRO ESTABLECIMIENTOS Y EMPLEO

**Tabla 1**

Sector	Establecimientos	Trabajadores
Comercio	557.759	630.267
Servicios	288.771	381.328
Industria	120.785	156.653
Total	967.315	1.168.248

Tomada de <http://www.businesscol.com/empresarial/pymes/>

#### 6.4.Segmentación por ventas:

Las ventas de las Pyme en el mercado interno crecieron en 1.3%.

Las ventas de la pyme de servicios crecieron 1.2%, entre los sectores que registraron el mayor crecimiento están los de actividades financieras diferentes de las intermediaciones

**Tabla 2**

tamaño	sector					
	industria		servicios		comercio	
	límite inferior	límite superior	límite inferior	límite superior	límite inferior	límite superior
micro	\$ -	\$ 1.000	\$ -	\$ 2.000	\$ -	\$ 5.600
pequeña	\$ 1.000	\$ 8.000	\$ 2.000	\$ 5.400	\$ 5.600	\$ 18.800
mediana	\$ 8.000	\$ 65.000	\$ 5.400	\$ 17.600	\$ 18.800	\$ 82.600

Tomada de <http://www.dinero.com/edicion-impres/pymes/articulo/evolucion-y-situacion-actual-de-las-mipymes-en-colombia/222395>

### **6.5.Segmentación de procesos de compra:**

En la segmentación de compra se relaciona lo siguiente.

Satisfactores: Se busca obtener buen contacto con el proveedor, teniendo en cuenta los tiempos de uso de los insumos y el tiempo de entrega para realizar una compra efectiva y que llegue a tiempo, el cual sería cada mes o 15 días.

Optimizadores: Implementar licitaciones, donde se busque la diversidad en los servicios, cada licitación por mínimo debe durar por contratación 3 años, lo que garantiza estabilidad en las entregas solicitadas, esto busca conocer más proveedores y no quedar con uno solo.

### **6.6.Segmentación por beneficios:**

- 1.** Más de 12 servicios de spa realizamos uno sin costo.
- 2.** Si solicitan el servicio y se convierten en clientes continuos se realiza una negociación para bajar los precios.
- 3.** Si nos ayuda a contactar con otra empresa que requiera nuestro servicio se realizara un descuento.

## **ENTREVISTA B2B**

Entrevista para las empresas. Identificando el tipo de servicio o producto que utilizan para realizar pausas activas o generar bienestar en los colaboradores de la empresa.

## I HABITOS

1. ¿Qué tipo de servicios o productos ofrece para brindar bienestar o realizar pausas activas a los colaboradores?
2. ¿Cuál es la razón principal por la que decide comprar este producto o servicios (Según el caso)?
3. ¿Qué tiene en cuenta para comprar este producto o servicio?  
Precio, lugar, marca, facilidad de compra, tiempo de atención al servicio o entrega
4. ¿Qué cambiaría o que inconformidades ha tenido con el servicio que compra para el bienestar o pausas activas de sus empleados?
5. ¿Si no obtiene su servicio o producto a tiempo tiene una segunda opción? ¿Cuál es?
6. ¿Qué razones tendría para dejar de comprar servicio o producto?
7. ¿Con que frecuencia compra el servicio a producto?
8. ¿Cuándo está pagando por este producto o servicio? ¿Lo hacen por medio de un área de bienestar en la empresa, o contratan servicios?  
\$500.000 pesos – \$1000000pesos  
\$1100.000pesos – \$1500.000pesos  
\$1600.00pesos – \$2500.000 pesos

## II PRESENTACION

Queremos crear una empresa spa dedicado a los colaboradores de la empresa, desde el área administración, hasta la productiva, logrando generar tranquilidad y relajación por medio de diferentes tipos de masaje y tratamientos alternativos, para que las personas disminuyan el stress y obtengan mayor productividad.

### III EVALUACIÒN

9. ¿Qué mejoras le sugiere al servicio presentado?
10. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por el servicio? ¿O abrir un área house con ustedes? ¿O pagar simplemente la jornada cuando los necesiten? ¿Para cuantos empleados?
11. \$500.000 pesos – \$1000000pesos  
\$1100.000pesos – \$1500.000pesos  
\$1600.00pesos – \$2500.000 pesos
12. ¿Compraría el servicio al momento de que salga al mercado?
- Inmediatamente lo compraría
- Probablemente lo compraría
- Probablemente no lo compraría
- Nunca lo compraría

### IV DISTRIBUCIÒN Y COMUNICACIÒN

13. ¿Cómo le gustaría recibir este servicio, en las instalaciones de su empresa, en la calle o en el spa?
14. ¿Cómo le gustaría pagar, cred, deb, efectivo, cheques, o 30, 60 o 90 días??
15. ¿Qué canal de comunicación le gusta más para saber, sobre nuestro producto?
- Radio, TV, volantes, vallas, redes sociales, internet web.

### V DEOGRAFICA

16. ¿Qué beneficios busca en el servicio de préstamos?
17. ¿Cada cuánto le gustaría que prestemos de servicios a su colaboración?
18. ¿De qué forma le gustaría que se manejara el proceso de compra del servicio?
- Días de solicitud

Tiempo para la elaboración del servicio

Cantidad de colaboradores que adquieren el servicio.

## 7. MARKETING ESTRATEGICO

### 7.1. Imagotipo



El nombre significa técnica de un masaje creado en Japón, donde interviene múltiples modalidades, la palabra “Bienestar a través de las manos” refleja lo que queremos transmitir a nuestros clientes.

Se escogió el color azul y verde ya que genera tranquilidad, profesionalismos, expansión integridad en el trabajo realizado.

**7.2.Nombre de la marca:** SHIATSU.

**7.3.Público objetivo:**

Inicialmente el público objetivo son trabajadores: mujeres y hombres entre 18 y 60 años que laboren en empresas de cualquier nivel jerargico, logrando bienestar y disminuyendo el

estrés por la labor que realizan habitualmente, este servicio se prestara primeramente en la ciudad de Bogotá.

#### **7.4. Definición:**

Es un servicio (intangible), que permite ofrecer a las empresas un espacio de relajación a sus empleados, consiste en llevar todo nuestro conocimiento e instrumentos a sus instalaciones, para realizar diferentes técnicas de masaje generando bienestar y mejorar el rendimiento de sus tareas obteniendo mejor calidad de vida.

#### **7.5. Beneficio principal del producto:**

Realizar ejecución del masaje por medio de diferentes técnicas, logrando transmitir felicidad, comodidad, motivación y confort, mejorando la actitud del cliente interno frente a sus labores.

#### **7.6. Beneficios secundarios del producto:**

En acompañamiento con los masajes, se brinda atención psicológica, medicina alternativa con los elementos necesarios, se proporcionan tips de belleza, salud y autocuidado, contando con el mejor transporte y logística que permite llegar a la compañía de forma oportuna y rápida para brindar a tiempo el servicio.

#### **7.7. Razón de respaldo ¿Cómo o porque razón la marca o empresa va a cumplir con estos beneficios?**

Se suplirá la necesidad que se presenta en las empresas por la falta de pausas activas dinámicas e innovadoras, que generan desmotivación laboral e incremento de estrés. La empresa contara con personal capacitado y herramientas adecuadas para realizar las actividades necesarias para que el servicio prestado sea eficiente y eficaz, al igual se enfocará la buena atención al cliente, para que todas las personas que accedan a los masajes se sientan bien atendidos. Generaremos diversidad, brindaremos tips de autocuidado con el



cuerpo y la forma de alimentación para que el servicio sea completo con tratamiento psicológico.

#### **7.8. Tipo de publicidad y objetivo final de la comunicación:**

El tipo de publicidad será:

Racional con 20% ya que es necesario que los clientes conozcan la empresa, la misión, visión y todo lo relacionado con el servicio del masaje y la historia de la empresa.

Motivacional 80%, Se quiere generar sentimientos emociones en las personas que su estado de ánimo cambie, que les agrade los masajes y esto se vea reflejado no solo en su trabajo, sino también en su forma de ser y tratar a los demás, ya que los masajes también son terapias curativas para el cuerpo.

El objetivo de la comunicación es afectivo, brindar un cambio en las emociones de las personas, que se sientan más tranquilas, animadas con buena energía para asumir los roles que tienen día a día.

#### **7.9. ¿Qué información quiere transmitirle al público objetivo?**

Transmitir la importancia que tiene el cuidado por el cuerpo y los estados emocionales, creando sensibilización en el público objetivo, por medio de técnicas de masajes utilizados para sanar a una persona en conjunto con la medicina alternativa y la psicología.

#### **7.10. Personalidad de la marca: Como si fuera una persona, defina brevemente que rasgos de personalidad quiere que tome su marca.**

Tranquila, sana que se preocupa por su estado de ánimo, amigable, sociable con las personas, profesional en la ejecución de sus labores, adquiere compromiso con los requerimientos pactados ayuda al medio ambiente.

**7.11. Medios de comunicación: ¿Cuáles y de qué tipo son los medios de comunicación a usar según el mensaje y el grupo objetivo?**

Inicialmente el medio de comunicación es medios íntimos, como el internet, periódicos y demás, ya que nuestro público objetivo son nuestros colaboradores que trabajan en la empresa donde se quiere realizar el contrato o convenio, se identifica que la mayoría de trabajadores se informan a través del internet, porque poco utilizan la televisión o es muy esporádico (Por la noche cuando llegan a su casa), adicional que la mayoría de las personas buscan por internet herramientas para realizar diferentes actividades en las empresas, y con ello se utilizaría las redes sociales que sería una fuente publicitaria para ofrecer el servicio. En segunda instancia esta los medios activos ya que permite generar sorpresa sobre el servicio ofrecido, y lograr abarcar medios de comunicación que nuestro público objetivo tengan mayor receptividad y genere mayor interés.

**8. CANALES DE DISTRIBUCIÓN**

**8.1.E-commerce dedicado: Pagina web:**

Para dar a conocer la marca de Shiatsu se crea una página web que busca por medio del internet abarcar más clientes y generar interacción con ellos, también brindar diferentes beneficios y optimización de tiempo, ya que pueden realizar sus reservas por la página y conocer los tratamientos que ofrecemos y todo acerca de nosotros.

Link: <https://marcerodriguezlive.wixsite.com/shiatsu>

**8.2.Social commerce: Facebook.**

El Facebook actualmente ya no es conocido solo para conseguir amigos y chatear, ya que ahora es utilizado como un canal de comunicación que permite generar publicidad y conocimiento a nivel mundial a todas las personas que tengan una cuenta registrada con

esta red social, con la marca de Shiatsu se crea una cuenta como página, donde publicamos nuestros datos de contactos fotos de los masajes y generamos hipervínculos a la página web para que el cliente puede realizar la compra del servicio online.

Link: <https://www.facebook.com/Shiatsu-181790049010475/>

### **8.3.Flash sales: Cuponactic**

Las páginas como cuponactic, permiten que las empresas puedan publicar las promociones que tienen de sus productos y servicios por un tiempo determinado, la mayoría de promociones son realizadas por empresas de spa y genera mucha atracción del público. Para realizar la publicación de nuestra marca se busca ofertar promociones como: Realizar masajes a más de 10 personas por un costo de \$60.000 2 semanas al mes.

Con las empresas que se genere contrato por más de 6 meses se ofertara el masaje convencional por un precio de 50.000 por 3 semanas al mes.

Inicialmente la solicitud se realiza directamente por la página y posteriormente se coloca varias fotos que atraigan nuestro público objetivo, estas promociones tendrán una vigencia de 15 días, ya que al generar un tiempo limitado permite que la persona sienta mayor interés por comprar el producto.


Link para la solicitud de la publicación: <https://www.cuponatic.com.co/publica>

### **8.4.Correo directo: Envió de catálogos a correos:**

Se puede realizar envío de correos a empresas sean públicas o privadas por medio de la cámara de comercio, al realizar la solicitud, pero esto genera un costo y proceso en permisos, es por esto que inicialmente para dar a conocer la marca se realiza envío de correos masivos a todas las personas, sean estudiantes, docentes y directivos que tengan cuenta con la CUN, con el folleto promocionando el servicio, para que generar atracción, y

que a su vez estas personas puedan ser una voz a voz de promocionar el servicio, obteniendo mayor cantidad de clientes.

AHORA LOS MASAJES LLEGAN A TU EMPRESA



**SHIATSU**  
Bienestar a través de las manos

- Queremos que desde tu empresa te sientas relajado y puedas ofrecer a tu equipo de trabajo comodidad, felicidad, bienestar y tranquilidad con las técnicas de masajes y demás beneficios que Shiatsu tiene preparado para ti y tus colaboradores.

Página 1 Para pedirnos llama al 75482722

### Técnicas de masajes



Realizamos diferentes técnicas de masajes en las instalaciones de la empresa logrando disminuir el estrés que se genera por las actividades que se realizan habitualmente, e incrementando la motivación laboral, ofreciendo a nuestros clientes tranquilidad, relajación. Acompañando estos masajes con atención psicológica, medicina alternativa y tips para el cuidado de la salud.

Shiatsu Página 2

Descuento del 10%



Precio: \$99.000 por pareja  
Masaje de medicina

En el mes de la madre, ofrecemos técnica de masaje en conjunto con medicina alternativa, para llevar a las hermosas mamás un mundo de relajación.

Página 4 Página de los temas / 1516799

---

**MASAJES TERAPEUTICOS DE ESPALDA Y REFLEXOLOGIA:**



Masaje combinado de media hora localizado en espalda y pies mediante manobras y acupuntura.

Recomendado para quienes desean un masaje que logre alisar hasta las morfologías más nerviosas, produciendo alivio, efecto anti estrés profundo y sensación de bienestar.

Precio: \$70.000  
Tiempo de realización: 1 hora y 30 minutos

---

**REFLEXOLOGIA TERAPEUTICA HOLISTICA:**



La Reflexología del pie es presento como una forma de medicina preventiva y curativa es inusual, eficaz y que proporciona un alto estado de relajación. Diseñado para quien sufre cualquier alteración en su salud, desea prevenir o simplemente aliviar a sus dolencias. La reflexología entrega resultados notables y es uno de las masajes más agradables y seductivos, un verdadero portal a un estado de armonización interna, reconexión y recuperación del equilibrio vital.

Precio: \$ 50.000  
Tiempo de realización: 30 minutos

---

**REFLEXOLOGIA Y SHIATZU CON MAGNETOTERAPIA.**



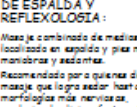
Es un masaje especializado de ligto presión sobre meridianos energéticos y puntos reflexológicos para apertura de canales, es energizante y revitalizador del organismo en general. Se combina con imanes y máquinas activadoras de la circulación. Ideal en estados de enfermedad y desvitalización. Precio por persona \$ por 1 hora.

Precio: \$ 60.000  
Tiempo de realización: 1 hora

Shiatsu Página 5

---

**MASAJES TERAPEUTICOS DE ESPALDA Y REFLEXOLOGIA:**



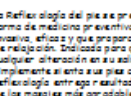
Masaje combinado de media hora localizado en espalda y pies mediante manobras y acupuntura.

Recomendado para quienes desean un masaje que logre alisar hasta las morfologías más nerviosas, produciendo alivio, efecto anti estrés profundo y sensación de bienestar.

Precio: \$70.000  
Tiempo de realización: 1 hora y 30 minutos

---

**REFLEXOLOGIA TERAPEUTICA HOLISTICA:**

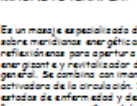


La Reflexología del pie es presento como una forma de medicina preventiva y curativa no inusual, eficaz y que proporciona un alto estado de relajación. Diseñado para quien sufre cualquier alteración en su salud, desea prevenir o simplemente aliviar a sus dolencias. La reflexología entrega resultados notables y es uno de las masajes más agradables y seductivos, un verdadero portal a un estado de armonización interna, reconexión y recuperación del equilibrio vital.

Precio: \$ 50.000  
Tiempo de realización: 30 minutos

---

**REFLEXOLOGIA Y SHIATZU CON MAGNETOTERAPIA.**



Es un masaje especializado de ligto presión sobre meridianos energéticos y puntos reflexológicos para apertura de canales, es energizante y revitalizador del organismo en general. Se combina con imanes y máquinas activadoras de la circulación. Ideal en estados de enfermedad y desvitalización. Precio por persona \$ por 1 hora.


Precio: \$ 60.000  
Tiempo de realización: 1 hora

Shiatsu  
Bienestar a través de las manos

---

Dirección: Dagoberto 101 carr 26 II

Teléfono: 720 2739  
Whatsapp: 3128421445



**SHIATSU**

## 9. CANALES DE COMUNICACIÓN PROMOCIÓN

### 9.1. Cupones:

Entregarán cupones para que puedan disfrutar de nuestros masajes dando un servicio adicional, inicialmente se tendrán en cuenta las fechas especiales como el día de la madre, padre, amor y amistad y navidad, estos cupones se obsequiaran a todas las personas que estén vinculadas a las empresas donde prestamos el servicio.



### 9.2. Obsequios:

Se entregarán a nuestros clientes que más masajes soliciten al mes un kit para que ellos realicen sus masajes en casa que incluye, un aceite pequeño, una toalla y una caja con aromáticas naturales.



### 9.3. Rebajas

Se realizarán descuentos de los masajes y se las atenciones de psicología y medicina alternativa gratis en temporadas altas como principio de año y mitad de año, para que el servicio sea más atractivo para los clientes y personas que acceden al masaje.

## 10. MARCO TEÓRICO

Según el registro de la cámara de comercio de Bogotá existen 350.000 empresas registradas, lo cual ha posicionado a Bogotá como la ciudad con mayor desarrollo en el mercado de Colombia, y considerado como destino para realizar negocios.

El incremento de las grandes y pequeñas empresas han llevado a la ciudad a un crecimiento del 22 %, el 87% son microempresas, (350.00), el 9% pequeñas empresas (38.151), el 3% medianas (10.533) y el 1% grandes empresas (3.597).

El 90 % de las unidades productivas en Bogotá y la región son microempresas con 593.028, las empresas pequeñas representan el 7% con 44.374 las medianas con 12.490 y las grandes con 4.872 correspondiente al 1%.

La principal actividad económica de los empresarios en la ciudad según cifras de la Cámara de comercio de Bogotá corresponde a servicios con un 53% de participación.

Las localidades con mayor número de empresas son suba (10%), Kennedy (9%), Engativá (9%), Usaquén (8%) y chapinero (8%).

De acuerdo con el Banco mundial, en 1990 Colombia tenía el PIB número 40 del planeta, en 2014 ascendió al puesto 26. Su agregado productivo pesa US\$377.739 millones de dólares lo que la convierte en la cuarta economía de América Latina y del Caribe. Las microempresas, pequeñas y medianas empresas se han convertido en impacto por sus indicadores macroeconómicos. Según el DANE, las pymes generan alrededor de 67% del empleo y aportan 28% del producto interno bruto (PIB), estas empresas son fundamentales para el sistema productivo colombiano.

Las mipymes se encuentran ubicadas principalmente en la capital de la república y en 5 departamentos, Cundinamarca, Atlántico, Antioquia, Valle del Cauca, y Santander.



Se concentra 66% del aparato productivo nacional, Bogotá es el principal epicentro de las mipymes del país al acoger a 740. 069 equivalente al 29.38% del total nacional. Luego se ubica Antioquia, con 294. 359 mipymes, Valle del cauca con 239.332, atlántico con 137.081, Santander con 134. 980 y Cundinamarca con 116.723.

### 10.1. Concepto del masaje:

Los masajes existen desde el principio de la humanidad, utilizado como mecanismo para aliviar el dolor y expresar emociones. La primera referencia de este método se remonta a más de 3.000 años AC.

En el oriente data alrededor de 2.700 años AC, así lo reseña el emperador amarillo (Tratado como médico Neig Ching) texto que hace referencia a la necesidad de ejecutar ejercicios de respiración y de manos y pies, en conjunción con masajes de piel para tratar parálisis enfriamiento y fiebre. En Japón se conoce como el Shiatsu, en la india el shantala que es un masaje infantil para dolores musculares y cólicos.

En el año 400 Hipócrates sugirió por escrito la necesidad de fricciones (masajes) para tratar lesiones deportivas y heridas de guerra.

Los libros hindúes Avur veda (18.000 Ac) se refiere al masaje como un método para ayudar al cuerpo a sanarse por si mismo.

La biblia también hace múltiples referencias a la imposición de manos, el ungimiento y los masajes.

La edad media Se caracteriza por el desprecio al cuerpo humano y al mundo material por eso lo excluye de la medicina.

El Shiatsu es una terapia manual o un masaje terapéutico de origen japonés que busca armonizar cuerpo, mente y emociones mediante el contacto con el objetivo de mejorar la salud y la vitalidad de la persona que lo recibe.

Etimológicamente significa “presión con dedo” esto es una de las pocas cosas en las que coinciden todas las definiciones.

10.2. **Funciones del Administrador:** Para la teoría neoclásica, las funciones del administrador corresponden a los elementos de la administración que Fayol definiera en su tiempo:

- Prever
- Organizar
- Comandar
- Coordinar
- Controlar

Básicamente las funciones del administrador son:

- Planeación
- Organización
- Dirección
- Control

El desempeño de estas cuatro funciones básicas forma el llamado proceso administrativo.

Sus principales exponentes son: Peter Ferdinand Drucker (1909-2005), Harold koontz (1909-1984), Cyril J. O'Donnell (1909-2005) y por ultimo William Newman.

10.3. **Teoría de las Relaciones Humanas**

Sus principales exponentes son: Elton Mayo, Alkurt Lewin y Mary Paker Follet, son quienes ven la necesidad de humanizar y democratizar la administración, esta teoría surge como un movimiento de oposición hacia la teoría clásica de la administración, en donde se

ve la oportunidad de corregir algunos aspectos de des-humanización del trabajo. El enfoque humanístico promueve una verdadera revolución conceptual en la teoría administrativa: si antes el énfasis se hacía en la tarea (por parte de la administración científica) y en la estructura organizacional (por parte de la teoría clásica de la administración), ahora se hace en las personas que trabajan o participan en las organizaciones. En el enfoque humanístico, la preocupación por la máquina y el método de trabajo, por la organización formal y los principios de administración aplicables a los aspectos organizacionales ceden la prioridad a la preocupación por el hombre y su grupo social: de los aspectos técnicos y formales se pasa a los aspectos psicológicos y sociológicos.

También es denominada como la escuela humanística de la administración. Uno de los principales motivos para su surgimiento son los resultados de los experimentos Hawthorne. Pretendía contrarrestar la tendencia de deshumanización del trabajo.

Las 4 principales causas del de la Teoría de las Relaciones Humanas fueron:

- Necesidad de humanizar y democratizar la administración.
- El desarrollo de las llamadas ciencias humanas.
- Las ideas de la filosofía pragmática de John Dewey y de la psicología dinámica de Kurt Lewin.
- Las conclusiones del experimento de Hawthorne.

Aportes de Elton Mayo:

- Demostró que el aspecto psicológico es importante en las tareas administrativas.
- Demostró la importancia de la comunicación.
- Demostró la importancia en los grupos informales dentro de la empresa

Alkurt Lewin: Se basa en dos aspectos importantes:

- La motivación
- La frustración

Considera que el campo de trabajo del individuo abarca también el aspecto psicológico y que este afecta la productividad de la organización. Realizo investigaciones sobre motivación e investigo la tensión estudiando la forma en que esta afecta a las empresas igual que al logro de sus objetivos.

Mary Paker Follet:

Analizo aspectos de Coordinación, administración y mando Presto especial atención a los aspectos conflictivos de las empresas igual que al de las relaciones humanas y la afectación que tienen estas en la organización.

## 11. PRECIO

TIPOS DE COSTOS Y GASTOS		Descripción	Valor
COSTOS	MATERIA PRIMA	Camilla	70,6031746
		Pulpo	19,84126984
		Demadera	17,85714286
		Rodillo	10,71428571
		Arañas	5,952380952
		Crema	178,5714286
		Áceite	119,047619
	CAPITAL HUMANO	Fisioterapeuta	7142,857143
		Psicologo	10000,38095
	TRANSPORTE	Conductor	3541,666667
Avan		1488,095238	
GASTOS	GASTOS INDIRECTOS DE FABRICACIÓN	Pulpo	19,84126984
		Demadera	17,85714286
		Rodillo	10,71428571
		Arañas	5,952380952
		Motza	59,52380952
		Administrador	12500
	GASTOS DE ADMINISTRACIÓN	Contador	6250
		Logistico	3958,333333
		IMPUESTOS	Impuestos
	SERVICIOS PUBLICOS	Servicios publicos	1000
ARRIENDO	Arriendo	6666,666667	
Total			63084,47619
Utilidad del 10 %			6308,447619
Precio			69392,92381

## 12. PRESUPUESTO

Artículo	Valor mensual	Cantidad o duración	Valor por unidad o día
Catálogos	50000	50	1000
Cupones	50000	100	500
Aviso para periódico	197600	Publicado por todo el mes	6586,666667
Proyecto	20000		
Página Facebook	90000	Publicado por todo el mes	3000
Página web	90000	Publicado por todo el mes	3000
Total	497600		

## BIBLIOGRAFIA Y CIBERGRAFIA

<http://www.dinero.com/empresas/articulo/cuantas-empresas-estan-registradas-en-bogota-a-2016/224854>

<http://sanoyecologico.es/origen-del-masaje/>

<http://www.dinero.com/empresas/articulo/cuantas-empresas-estan-registradas-en-bogota-a-2016/224854>

<http://www.dinero.com/edicion-impres/pymes/articulo/evolucion-y-situacion-actual-de-las-mipymes-en-colombia/222395>

<http://www.businesscol.com/empresarial/pymes/>

<https://business.lookandremember.com/>

[https://www.google.com.co/search?q=FELIZ+DIA+MAMA&source=lnms&tbm=isch&sa=X&ved=0ahUKEwiotabl8eLTAhVCbSYKHciKBZoQ\\_AUIBigB&biw=1517&bih=681&dpr=0.9#tbm=isch&q=aceite+naturales&imgsrc=c7iHZSJOqCF\\_sM:](https://www.google.com.co/search?q=FELIZ+DIA+MAMA&source=lnms&tbm=isch&sa=X&ved=0ahUKEwiotabl8eLTAhVCbSYKHciKBZoQ_AUIBigB&biw=1517&bih=681&dpr=0.9#tbm=isch&q=aceite+naturales&imgsrc=c7iHZSJOqCF_sM:)

<https://marcerodriguezlive.wixsite.com/shiatsu>

<https://www.facebook.com/Shiatsu-181790049010475/>