

ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DEL LITORAL



ESCUELA DE DISEÑO Y COMUNICACIÓN VISUAL

EDCOM

PROYECTO DE GRADUACIÓN

Previo a la obtención del título de:

Analista de Sistemas

TEMA:

Creación del Centro Anti estrés

“Innova S.A.”

CARLOS GINES FORD

FANNY NAVARRETE ROMERO

GALO VELEZ VASQUEZ

2009

AGRADECIMIENTO

Agradecemos a todas las personas que han aportado a lo largo de nuestra carrera: profesores, compañeros, amigos y familiares que lucharon junto a nosotros por alcanzar las metas.

A todos ellos Gracias.

Carlos Gines F.

Fanny Navarrete R.

Galo Vélez V.

DEDICATORIA

Dedico la presente tesis a los seres que más amo en este mundo, a mis familiares y amigos, por ser la fuente de mi inspiración y sobre todo de motivación para superarme cada día más y así poder luchar por mis objetivos

Carlos Gines Ford.

DEDICATORIA

A Jehová Dios en primer lugar, que por bondad inmerecida me ha dado vida, fuerzas y salud para empezar y culminar la carrera.

A mi querido padre, por todo su apoyo, confianza y sacrificio en ayudarme a alcanzar mis sueños, colaborando incondicionalmente en mi formación profesional, enseñándome siempre a no darme por vencida.

A mi mami, por ser un ejemplo de lucha, respeto, emprendimiento, y nunca rendirse a pesar de que los problemas parecen infranqueables.

Fanny Navarrete Romero

DEDICATORIA

Este trabajo va dedicado primero a Dios por guiarme, darme la fuerza y la sabiduría necesaria para lograr mis objetivos.

A mi madre por ser el pilar y darme todo su apoyo cuando todo parecía imposible y así poder superarme en cada instante de mi vida.

A mi padre que aunque ya no está aquí con vida se que estaría muy orgulloso de mi.

A mis amigos que nunca fallan y están siempre apoyando como hermanos.

Galo Vélez V.

DECLARACIÓN EXPRESA

La responsabilidad del contenido de este proyecto Grado, corresponde exclusivamente a los autores; y el patrimonio intelectual del mismo a La Escuela Superior Politécnica del Litoral.

Carlos Gines Ford

Fanny Navarrete Romero

Galo Vélez Vásquez

TRIBUNAL DE GRADO

**Mae. Enrique Salazar M.
DIRECTOR DE TESIS**

PRESIDENTE DEL TRIBUNAL

RESUMEN EJECUTIVO

A través de este trabajo, se realizará un estudio para la implementación de un centro anti estrés, la creación del “Centro Anti Estrés” es una excelente alternativa para combatir este fenómeno que afecta a la mayoría de habitantes de la ciudad de Guayaquil. Debido a la gran incidencia de trastornos psicofisiológicos que existen en la actualidad, hemos decidido que nuestros servicios sean dirigidos y orientados por psicólogos especializados en el tema. De esta manera el cliente con ayuda psicológica podrá identificar el elemento que produce estrés o los pensamientos que los acentúan, para poder actuar sobre el entorno.

Existen diversos procesos para la superación de un cuadro de estrés, pero la solución lógicamente depende de cada caso, estudios revelan que debido a las diversas personalidades existentes, no a todos serviría el mismo método anti estrés. Tenemos un grupo de personas, en el cual la superación de un cuadro de estrés se puede dar mediante el empleo de métodos tradicionales, como los siguientes:

- ❖ Aprender a planificar el tiempo y fijarse objetivos más asequibles, esto permitirá incrementar la efectividad, y por lo tanto superar la situación de estrés. En este proceso se intervendrá con la realización de Talleres de entrenamiento de habilidades psicológicas, mediante el cual se buscará hacer frente a los pensamientos limitantes.
- ❖ Otras veces será necesario, recomendar al cliente un viaje, practicar deporte, mejorar su dieta, etc.

En otro grupo de personas, donde la ira es un estado emocional causado por el estrés, el cual varía en intensidad, se ve manifestada mediante un

comportamiento irritable. La ira es una respuesta natural y adaptativa ante las amenazas. En este grupo de personas, resultarían poco efectivos los métodos mencionados anteriormente, sin embargo existen métodos para superar este cuadro de estrés. Las tres principales fases para deshacerse de la ira son: Expresarla, suprimirla y calmarse:

- ❖ Expresar los sentimientos de enfado, esta fase se realizará bajo previa consulta con un psicólogo para dejar claro cuáles son las necesidades, y cómo satisfacerlas sin dañar a otros. En Japón (distrito de Chiyoda en Tokio), este método ya ha sido probado teniendo una notable aceptación. Una de las actividades que se han realizado es romper tazas con la debida protección donde la gente paga hasta 10000 yenes (Moneda Japonesa), \$10.30 por taza. Este tipo de actividades solo está destinado para personas mayores de 18 años.
- ❖ La siguiente fase a seguir es capacitar al cliente, para que sea capaz de suprimir la ira para luego transformarla o redirigirla, posteriormente se realizarán terapias para calmar la ira, esto significa no sólo controlar el comportamiento exterior, sino también controlar las respuestas internas.

Para la realización de este documento, fue necesario recurrir a varias de técnicas de investigación, como la entrevista, la encuesta, recopilación de datos, atreves de varias páginas web de similares características, a las que se quiere desarrollar en este proyecto.

El documento se ha desarrollado en 6 capítulos en donde se amplía detalladamente los pasos a seguir para poder desarrollar esta idea de negocio.

En el capítulo 1, se describen aspectos generales del proyecto como definición, objetivo, la importancia de realizar el estudio el proyecto, el grupo objetivo al cual va dirigido.

En el capítulo 2, se realizarán encuestas donde se determinará el grado de aceptación de las ideas nuevas para poder combatir y eliminar el estrés de maneras más deseables que comunes, además de conocer los beneficios que desean obtener los posibles clientes y las facilidades de encontrar un centro anti estrés deseable.

En el capítulo 3, usted conocerá detalladamente las descripciones técnicas del servicio a brindar, del personal requerido y de la ubicación y distribución del área en donde se desarrollara nuestra idea de negocio.

En el capítulo 4, usted conocerá el personal humano que colaborará en el proyecto, colaboradores vinculados en el área administrativa, funciones que deben desempeñar y que requisitos deben reunir. Además mediante un organigrama conoceremos como estará conformado el manejo y trabajo del centro anti estrés.

En el capítulo 5, se resume la inversión a necesitar, los costos fijos mensuales, y la definición del centro anti estrés con sus respectivas permutaciones y aplicaciones

Además, se desarrolla el balance total de inversión a necesitar y la estimación de gastos hasta el quinto año.

Finalmente en el capítulo 6, los autores presentan las conclusiones y recomendaciones pertinentes para que el desarrollo de este proyecto sea viable.

Índice de Contenido

1	GENERALIDADES	2
1.1	DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO	2
1.2	ANTECEDENTES	5
1.3	IMPORTANCIA DEL ESTUDIO	6
1.4	OBJETIVOS DEL PROYECTO	7
1.4.1.	OBJETIVO GENERAL	7
1.4.2.	OBJETIVOS ESPECÍFICOS	7
2	ESTUDIO DE MERCADO	10
2.1	PERSPECTIVAS DE LA INVESTIGACIÓN	10
2.2	PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	10
2.3	METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN	11
2.3.1	ENCUESTAS	11
2.3.2	ENTREVISTAS	12
2.3.3	RECOPIACIÓN DE DATOS SECUNDARIOS	12
2.3.4	UNIVERSO DEL ESTUDIO	13
2.3.5	UNIDAD DE ANÁLISIS	13
2.3.6	OBJETIVO DE LA ENCUESTA	13
2.3.7	PERFIL DEL CONSUMIDOR	14
2.4	DEFINICIÓN DE LA CAMPAÑA	14
2.5	SEGMENTACIÓN DE CLIENTES	15
2.6	MERCADO OBJETIVO	16
2.6.1	DEFINICIÓN DE LA POBLACIÓN OBJETIVO	16
2.6.2	DEFINICIÓN DE LA MUESTRA	16
2.7	DISEÑO DE LA ENCUESTA	19
2.8	RESULTADOS DE LA ENCUESTA	19
2.9	CONCLUSIONES DE LA ENCUESTA	34
3	ANÁLISIS TÉCNICO	36
3.1	PERSONAL TÉCNICO REQUERIDO	36
3.2	SERVICIOS	36
3.3	DESCRIPCIÓN DE LOS SERVICIOS	38
3.3.1	TRATAMIENTO TERAPÉUTICO ANTI ESTRÉS	38
3.3.2	TÉCNICAS ANTI ESTRÉS POCO COMUNES	39
3.3.3	MÉTODOS ANTI ESTRÉS	41
3.3.4	DESCRIPCIÓN DE LA TECNOLOGÍA	42

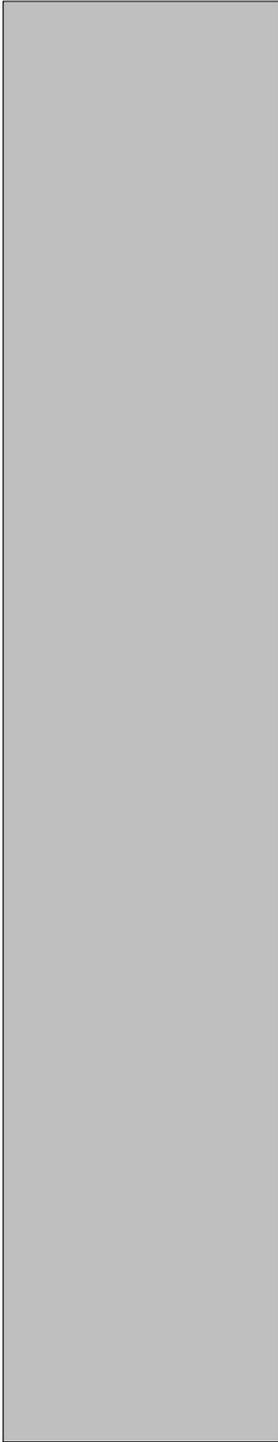
3.4	EQUIPOS.....	42
3.4.1	REQUERIMIENTOS TÉCNICOS DE LOS EQUIPOS	43
3.5	ESPACIO FÍSICO	45
3.5.1	TAMAÑO Y LOCALIZACIÓN DE LA EMPRESA.....	45
4	ANÁLISIS ADMINISTRATIVO, LEGAL, SOCIAL Y AMBIENTAL.....	51
4.1	ANÁLISIS ADMINISTRATIVO.....	51
4.2	ANÁLISIS LEGAL	54
4.3	ANÁLISIS SOCIAL.....	61
4.4	ANÁLISIS AMBIENTAL.....	62
4.5	ANÁLISIS DE VALORES PERSONALES	62
5	ESTUDIO FINANCIERO	64
5.1	PRESUPUESTO DE INVERSIÓN, COSTOS Y GASTOS.....	64
5.2	INVERSIÓN INICIAL.....	64
5.2.1	COSTOS DE OPERACIÓN Y FINANCIACIÓN	65
5.3	FINANCIACIÓN DEL PROYECTO.....	66
5.4	ESTADOS FINANCIEROS.....	66
6	CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	69
6.1	CONCLUSIONES	69
6.2	RECOMENDACIONES	70
7	BLIOGRAFÍA.....	72
8	ANEXOS.....	74
8.1	ANEXO 1 SEGMENTACIÓN DEL MERCADO.....	74
8.2	ANEXO 2 MERCADO OBJETIVO.....	75
8.3	ANEXO 3 DISEÑO DE LA ENCUESTA	76
8.4	ANEXO 4 EQUIPOS DE ESTUDIO TÉCNICO.....	78
8.5	ANEXO 5 ORGANIGRAMA.....	81
8.6	ANEXO 6 INVERSIÓN INICIAL.....	82
8.7	ANEXO 7 PROYECCIÓN DE VENTAS.....	83
8.8	ANEXO 8 PRESUPUESTO DE GASTOS	84
8.9	ANEXO 9 AMORTIZACIÓN Y DEPRECIACIÓN	86

Índice de Ilustraciones

ILUSTRACIÓN 2-1. GÉNEROS.....	20
ILUSTRACIÓN 2-2. EDADES	21
ILUSTRACIÓN 2-3. RESIDENCIA	22
ILUSTRACIÓN 2-4. EL ESTRÉS Y LA SALUD.....	23
ILUSTRACIÓN 2-5. SITUACIONES DE ESTRÉS	24
ILUSTRACIÓN 2-6. TALLERES DEDICADOS AL DESARROLLO PERSONAL	25
ILUSTRACIÓN 2-7. TÉCNICA PARA LIBERAR LA ENERGÍA NERVIOSA.....	26
ILUSTRACIÓN 2-8. TÉCNICA PARA LIBERAR CARGAS EMOTIVAS ACUMULADAS	27
ILUSTRACIÓN 2-9. TÉCNICA PARA RELAJARSE EMOTIVAMENTE	28
ILUSTRACIÓN 2-10. TÉCNICA PARA LIBERAR LA IRA.....	29
ILUSTRACIÓN 2-11. TÉCNICA DE REPOSO MENTAL	30
ILUSTRACIÓN 2-12. PREFERENCIAS.....	31
ILUSTRACIÓN 2-13. ASESORAMIENTO DE SERVICIOS	32
ILUSTRACIÓN 2-14. DISPONIBILIDAD PARA ASISTIR AL CENTRO ANTI ESTRÉS	33
ILUSTRACIÓN 3-1. SISTEMA PARA GENERAR BIENES O SERVICIOS	36
ILUSTRACIÓN 3-2. FASES PARA LA SUPERACIÓN DE LA ENERGÍA NERVIOSA	40
ILUSTRACIÓN 3-3. PROCESO DEL ENTRENAMIENTO PSICOLÓGICO	41
ILUSTRACIÓN 3-4. PROCESO DE CONSULTA PSICOLÓGICA	47

Índice de Tablas

TABLA 2-1. SEIS PORQUÉS.....	14
TABLA 3-1. EQUIPOS.....	42
TABLA 4-1. DESCRIPCIÓN DE CARGOS TÉCNICOS	53
TABLA 4-2. REQUISITOS PARA LA CONSTITUCIÓN DE UNA EMPRESA SEGÚN SU TIPO.....	57
TABLA 8-1. POBLACIÓN TOTAL SEGUN CLASES SOCIALES DEL GUAYAS	74
TABLA 8-2. POBLACION DE CLASE ALTA, MEDIA ALTA Y MEDIA DE GUAYAQUIL COMPRENDIDA ENTRE 18 – 69 AÑOS	75
TABLA 8-3. AMPLIFICADORES DE POTENCIA.....	78
TABLA 8-4. POYECTOR EPSON.....	78
TABLA 8-5. IMPRESORA LEXMARK.....	79
TABLA 8-6. COMPUTADORAS	79
TABLA 8-7. CAMARA DE VIGILANCIA	80
TABLA 8-8. ORGANIGRAMA	81



CAPÍTULO 1

GENERALIDADES

1 GENERALIDADES

1.1 DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO

Idea de negocio planteada bajo la necesidad de tratar un grave problema como lo es el estrés de forma profesional y efectiva. Bajo este concepto se ha pensado en crear servicios personalizados que incluyan ayuda profesional, en donde cada técnica y método anti estrés dependerá de la personalidad y del tipo de estrés del cliente, debido a que cada uno cuenta con sus propias características, síntomas, duración y enfoques de tratamiento.

Tenemos un grupo de personas en el cual la superación del estrés se puede dar mediante el empleo de métodos tradicionales como talleres de entrenamiento en habilidades psicológicas, en el que aprenderán a planificar su tiempo, fijarse objetivos más asequibles, mejorando así su estilo de vida e introduciendo en el mercado la necesidad de mejorar la Salud Emotiva y desarrollar habilidades psicológicas que permitan ser efectivos, teniendo siempre presente que el estrés radica en su mayor parte en la mente.

En otro grupo citamos como ejemplo el perfil de una persona con estrés agudo episódico, el cual varía en intensidad y se manifiesta mediante un comportamiento irritable, siempre están ansiosas y tensas. Suelen describirse como personas con mucha Energía Nerviosa, la misma que puede ser erradicada con métodos y técnicas que cumplan con las siguientes fases:

EXPRESARLA

Realizar actividades que generen pequeñas dosis de adrenalina podría ser arrojando en una habitación cerrada tazas de porcelana contra la pared, golpear un saco de boxeo o gritar en una habitación cerrada de tal manera que se intensifique el sonido. Cabe resaltar que este tratamiento se efectuará bajo

previa consulta con un psicólogo, para dejar en claro cuáles son las necesidades y como satisfacerlas sin dañar a otros.

SUPRIMIRLA

Respaldar el tratamiento con terapias psicológicas que capaciten al cliente, para que sea capaz de transformar y redirigir los pensamientos negativos.

Nosotros estamos conscientes de que podría resultar más atrayente emprender un viaje, realizar algún deporte o practicar alguna destreza, pero también estamos conscientes que no en todos los tipos de estrés resultan eficientes, lo que encasilla al cliente a relajarse circunstancialmente y al retornar a sus labores si se presentara una situación engorrosa estar prestos a la manifestación del estrés pero con mayor intensidad. Es a este grupo de personas al cual van dirigidas nuestras ideas de negocio.

Los servicios que el “Centro Anti Estrés Innova S.A.” proporcionará son muy importantes, porque se trata de la salud emocional y mental del individuo. Un descuido en estos aspectos aumenta el riesgo de padecer problemas psicofisiológicos como gastritis, migraña, falta de energía, falta de concentración, ira, tristeza, tensión, retorcijones estomacales, depresión, ansiedad, entre otros.

Generalmente en países desarrollados se presta mucha atención a esta clase de problemas. En Ecuador no pasa lo mismo, no existen centros que brinden técnicas y métodos sofisticados en cuestiones emocionales, a los cuales el cliente pueda acceder no sólo para calmar temporalmente el estrés, sino también para ser capacitado en habilidades psicológicas que permitan mantener bajo control ciertas situaciones estresantes, para de esta manera mejorar el rendimiento, la eficacia y el estilo de vida.

Según estudios científicos realizados por la Asociación Americana de Psicología APA se ha determinado que ayudar a superar situaciones estresantes puede resultar complicado y confuso por que existen diferentes personalidades y diferentes tipos de estrés. Cada uno cuenta con sus propias características, síntomas, duración y enfoques de tratamiento. Nuestra idea de negocio busca cubrir esta necesidad y para ello hemos decidido que los servicios del centro anti estrés sean dirigidos y orientados por un psicólogo especializado en el tema.

Con la implementación de este proyecto, pretendemos aportar a la comunidad con un nuevo concepto de Salud Emocional, haciendo referencia a la salud como un conjunto de factores orgánicos, psicológicos y sociales que se relacionan entre si, es decir una persona sana debe estarlo tanto en mente como en cuerpo.

Pese a lo anteriormente expuesto, es preciso analizar varios escenarios que comprende el proyecto, como la investigación de mercado donde se tiene como objetivo determinar el perfil de nuestros clientes, el precio adecuado, el lugar estratégico para el local, las necesidades que se buscará cubrir, etc. También se tiene proyectado determinar la factibilidad económica para el desarrollo del mismo, este estudio abarcará un análisis de viabilidad financiera para detallar los costos que implican la creación y puesta en marcha de un negocio de este tipo, y la administración de los ingresos que se prevé obtener.

La empresa se creará una vez obtenidos los resultados del estudio de factibilidad, técnico, administrativo, financiero y estudio de mercado que nos proporcionarán información acerca de la viabilidad del proyecto. El lugar a desarrollar el proyecto así como la creación de la empresa está definido en la ciudad de Guayaquil, ya que no existe alguna empresa de esta índole.

1.2 ANTECEDENTES

Desde 1935, Hans Selye (psicólogo especializado en el estrés) introdujo el concepto de estrés como síndrome o conjunto de reacciones fisiológicas del organismo que se presentan cuando las demandas de la vida se perciben demasiado difíciles. La persona se siente ansiosa, tensa y se percibe mayor rapidez en los latidos del corazón. El estrés es la respuesta del cuerpo a condiciones externas que perturban el equilibrio emocional del individuo.

El resultado fisiológico de este proceso es un deseo de huir de la situación que lo provoca o confrontarla violentamente. En esta reacción participan casi todos los órganos y funciones del cuerpo, incluidos el cerebro, los nervios, el corazón, el flujo de sangre, el nivel hormonal, la digestión y la función muscular.

Inicialmente el estrés puede deteriorar la actividad del individuo provocando un proceso de incremento de recursos (atención, memoria, activación fisiológica y rendimiento), posteriormente estos recursos se agotan y llega el cansancio. Las consecuencias negativas del estrés son múltiples, pero a grandes rasgos cabe señalar su influencia en el deterioro cognitivo y el rendimiento. Según profesionales en el tema, una respuesta fisiológica ante una situación estresante genera pensamientos negativos que dan lugar a la ansiedad, la que a su vez vuelve a producir pensamientos negativos. Es un círculo vicioso que es necesario romper.

Los trastornos psicosomáticos o psicofisiológicos son aquellos que están asociados a altos niveles de estrés o ansiedad, que se manifiestan en forma de afecciones físicas. Los más comunes son el dolor de cabeza, las molestias gástricas, pérdida del apetito y la hipertensión. En la actualidad, gran parte de las consultas de medicina general en la comunidad ecuatoriana, están provocadas por dolores atribuibles a las emociones.

Existen empresas dedicadas a dictar charlas, ofrecer seminarios para la superación del estrés; más ninguna de ellas procura ofrecer un servicio en el cual el cliente tenga la posibilidad de ajustar la sesión a su conveniencia. El Centro Anti Estrés Innova S.A. ofrecerá servicios totalmente nuevos en el mercado para el control y la superación del estrés, mediante terapias especializadas y asesoría profesional. Serán servicios sofisticados en cuestiones emocionales, los mismos que estarán dirigidos por psicólogos especializados en el tema. Todo esto a un precio muy por debajo del mercado.

1.3 IMPORTANCIA DEL ESTUDIO

En la actualidad no es difícil encontrar personas que sufran de estrés. Las preocupaciones, problemas personales y laborales son su mayor causal. En Ecuador existen los tradicionales centros anti estrés que se dedican a ofertar servicios tales como: Masajes, aroma terapia, tratamientos faciales, entre otros.

Ninguno de ellos se enfoca en enseñar a los clientes a desarrollar habilidades psicológicas que les permitan liberarse por completo del estrés y mejorar la salud emotiva, teniendo siempre presente que el estrés radica en su mayor parte en la mente. En ese caso el cliente se acopla a ellos. El Centro Anti Estrés Innova S.A. en su campaña agresiva pretende captar la atención del público al ofertar servicios de calidad, ellos se sentirán respaldados al saber que cuentan con las herramientas necesarias para afrontar situaciones estresantes.

Se debe tener en cuenta que cada persona es un mundo diferente y en su mayoría han acudido a los métodos anti estrés comunes, lo cual constituye una gran fortaleza para la empresa, puesto que se puede aprovechar y explotar este mercado potencial.

Nosotros estamos conscientes de que resulta más atrayente emprender un viaje, realizar algún deporte o practicar alguna destreza, pero también estamos conscientes que no en todos los tipos de estrés resultan eficientes, lo que encasilla al cliente a relajarse circunstancialmente y al retornar a sus labores si se presentara una situación engorrosa estar prestos a la manifestación del estrés pero con mayor intensidad llegando a afectar las relaciones interpersonales, cambios emotivos bruscos, problemas fisiológicos entre otros mencionados anteriormente. Es a este grupo de personas al cual va dirigida nuestra idea de negocio.

1.4 OBJETIVOS DEL PROYECTO

1.4.1. OBJETIVO GENERAL

- ❖ Elaborar un plan de negocios para una microempresa, dedicada a brindar servicios sofisticados en cuestiones emocionales y de esta manera introducir en el mercado guayaquileño un negocio innovador, que cubra el área que aun no ha sido explotada como lo es el campo de la salud emocional, al cual se le ha prestado poca atención debido a la falta de orientación en el tema.

1.4.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- ❖ Analizar el mercado y demás variables necesarias para iniciar un negocio, haciendo uso de herramientas administrativas que proporcionaran información útil en la toma de decisiones económicas.

- ❖ Deducir los resultados obtenidos del análisis de mercado, para tomar decisiones acertadas para que el negocio resulte rentable y que pueda sobrevivir en el tiempo gracias a las decisiones tomadas.
- ❖ Ofrecer variedad de actividades y técnicas terapéuticas centradas en disciplinas que ayuden a las personas a erradicar el estrés, pensar mejor, desarrollar habilidades psicológicas que permitan cambiar la percepción de la realidad frente a algunos episodios de estrés que son inevitables en la vida cotidiana.
- ❖ Introducir un nuevo concepto de SALUD EMOCIONAL a la sociedad, el mismo que ya es conocido pero no tratado de la manera correcta. Con servicios de calidad, lograr que el cliente se sienta respaldado y sepa que es la mejor opción acudir a nuestro centro cuando sienta que el estrés afecta su salud emocional, las relaciones interpersonales, el desempeño profesional, dolores fisiológicos, memoria, rendimiento o simplemente cuando sienta la necesidad de mejorar su estilo de vida.
- ❖ Definir una metodología de trabajo o modelos estándares para los servicios que ofrecerá la nueva microempresa mediante el desarrollo que se realice en el presente trabajo.



CAPÍTULO 2
ANALISIS DE MERCADO

2 ESTUDIO DE MERCADO

2.1 PERSPECTIVAS DE LA INVESTIGACIÓN

La investigación de mercado para la creación del Centro Anti Estrés Innova S.A. se basa en información primaria y secundaria. La información primaria se la extrae mediante métodos investigativos para así obtener información relevante que permita determinar el perfil de nuestros clientes, el precio adecuado, el lugar estratégico para el local, las necesidades que se buscará cubrir y de qué manera posicionarse en el mercado.

La información secundaria, son datos obtenidos mediante estudios científicos realizados por psicólogos especializados en el tema. Esta investigación nos ayudará a estudiar cómo convertirnos en una excelente alternativa para combatir el estrés y generar servicios de calidad.

Para la presente investigación se usó como información primaria la encuesta a cuatrocientas personas de diferentes lugares de la ciudad de Guayaquil.

2.2 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

El problema a solucionar es la falta de atención a la necesidad de superar un estado de estrés, que en la actualidad es un hecho inherente a la sociedad moderna. La globalización, el trabajo, problemas económicos y sociales inciden en su aparición. Repercute negativamente sobre la salud orgánica, la salud emocional, hay muchas patologías que se empeoran o aceleran por las consecuencias derivadas de estados de tensión casi permanentes. El organismo no funciona de la misma manera frente a esta alteración.

Es indudable que el nivel de estrés que se llega a manejar en un momento de la vida puede ser motivo de atención. ¿No ocurre muchas veces que cuando

pasa por un período de estrés suele enfermarse con mayor facilidad?, muchos andan con colon irritable, aumenta la tasa de resfríos, se duerme menos y cosas por el estilo. Esto ocurre cuando no se ha prestado la importancia necesaria a las emociones y a su influencia en la salud.

La razón principal de nuestra investigación, es crear una excelente alternativa para combatir el estrés y mediante la prestación de servicios sofisticados en cuestiones emocionales, contribuir a mejorar el desempeño de las personas en la sociedad, elevando así su calidad de vida.

Pretendemos introducir en el mercado un nuevo concepto de Salud Emocional, el mismo que ya es conocido pero no tomado en cuenta. Con nuestros servicios de calidad dirigidos por profesionales, con el trato armonioso que se brinde en el centro y con un buen plan publicitario. Crearemos en la comunidad la necesidad de acudir al Centro Anti Estrés Innova S.A. y de esta forma lograremos posicionamiento en el mercado.

2.3 METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

La metodología empleada consistirá en definir segmentos específicos, para poder obtener mejores resultados al permitirnos establecer las preferencias de cada segmento, lo cual ayudará a plantear estrategias de marketing, con el fin de captar la aceptación en el mercado y lograr posicionamiento en el mismo.

Las fuentes que se han empleado en el transcurso de la investigación son:

2.3.1 ENCUESTAS

Se escogerá una muestra representativa de la población total, que es la ciudad de Guayaquil. Se realizará encuestas a diversas personas, donde obtendremos información que nos permita determinar el perfil de nuestros clientes, el precio

adecuado, el lugar estratégico para el local, las necesidades que se buscará cubrir, etc.

2.3.2 ENTREVISTAS

Mantener diálogos con psicólogos especializados en el tema, para que con el respaldo de sus conocimientos podamos potenciar nuestros servicios y de esta manera generar opciones eficientes y de calidad que permitan a la sociedad hacer frente a situaciones que producen mala salud, inconformidad, genio irritable, falta de concentración, entre otros.

Estamos conscientes que establecer métodos, técnicas y terapias sin orientación profesional podría resultar ineficaz y confuso por que existen diferentes personalidades y diferentes tipos de estrés. Cada uno cuenta con sus propias características, síntomas, duración y enfoques de tratamiento.

Se elaboraran preguntas como base para las entrevistas, con el fin de obtener estadísticas que ayuden a medir la eficacia con la que podamos llegar a la mente de los clientes.

2.3.3 RECOPIACIÓN DE DATOS SECUNDARIOS

Se pretende obtener datos secundarios a través de información publicada en la Web, que muestra investigaciones realizadas por estudiosos en el tema, en la cual se hace referencia a las causas del estrés, síntomas, tratamientos, entre otros.

Cabe resaltar que tomamos como base de nuestros estudios, información del portal Web de la Asociación Americana de Psicología.

2.3.4 UNIVERSO DEL ESTUDIO

Definiendo al universo como “el conjunto de individuos u objetos de los cuales se desea conocer algo de interés en una investigación”. En el presente estudio se considerará a los habitantes de la ciudad de Guayaquil.

2.3.5 UNIDAD DE ANÁLISIS

Para la puesta en marcha de este estudio se realizó:

- ❖ Encuestas previas a usuarios de diferentes sectores de la ciudad de Guayaquil.
- ❖ Definición del problema y de las perspectivas de la investigación.
- ❖ Entrevistas con psicólogos especializados en el tema.
- ❖ Recopilación de información secundaria haciendo uso de diferentes portales Web, que publican estudios realizados por profesionales tales como:

Enrique Zamorano, portavoz del grupo de Salud Mental de la Sociedad Española.

Hans Selye, psicólogo especializado en el estrés.

Isabela Barragán, psicóloga de la Asociación Americana de Psicología.

Carlos Niemes, psicólogo especializado en Asesoría en Habilidades Mentales.

2.3.6 OBJETIVO DE LA ENCUESTA

En la encuesta se combinaron preguntas abiertas y cerradas con el propósito de obtener mayor información acerca de los gustos y preferencias que tienen los clientes. Por lo que esta encuesta sirve de herramienta para obtener un mapa de percepción, de cómo los usuarios aclaran sus necesidades a la hora de obtener un mejor servicio.

2.3.7 PERFIL DEL CONSUMIDOR

Nuestros clientes serán personas que se encuentran entre el nivel socioeconómico alto, medio alto y medio de la ciudad de Guayaquil, independientemente del sector en el que vivan.

2.4 DEFINICIÓN DE LA CAMPAÑA

Para determinar los estimadores que serían más idóneos en la definición de la campaña, se recurrió a una investigación exploratoria que en primera instancia tuvo como finalidad la recolección de información secundaria mediante estudios de mercados previos, encuestas, entrevistas y datos tomados de artículos investigativos.

Definición		
Quién	Quién debe ser considerado para la encuesta.	Personas de 18 años en adelante, sexo masculino y femenino.
Qué	Qué tipo de información se debe obtener de los encuestados.	Información orientada a dar cumplimiento de los objetivos y las hipótesis.
Cuándo	Cuándo se debe obtener la información de los encuestados.	Momentos de descanso.
Dónde	Dónde se debe obtener la información.	Universidades, empresas.
Por qué	Por qué necesitamos obtener información de los entrevistados.	Preferencias, segmentar el mercado.
Qué forma	De qué forma vamos a obtener información.	Encuestas.

Tabla 2-1. Seis Porqués

Trabajo de campo: Realizamos las encuestas durante mes de Julio a estudiantes universitarios y trabajadores con edades comprendidas de 18 en adelante de la ciudad de Guayaquil.

A continuación presentamos el cuadro de las 6 W's (los 6 que) de la investigación descriptiva, que nos sirvió para definir hacia qué consumidores y en qué entorno hacer las encuestas.

2.5 SEGMENTACIÓN DE CLIENTES

En la provincia del Guayas se estima que habitan alrededor de 3'657.090 personas, de las cuales el 1.56% pertenece a la clase económicamente alta, el 8.32% a la clase media alta, el 23.4% a la clase media, el 26.44% clase media baja y el 40.28% a la clase baja. *Ver Anexo 1 Figura 2-2* Población de la Provincia del Guayas y *Figura 3* Población según Nivel Socioeconómico de la Provincia del Guayas.

Debido a que el target de estudio se encuentra comprendido para personas de 18 a 69 años, y de acuerdo a cifras dadas por el INEC, ésta se ha estimado en 2'376.276 personas que habitan en la provincia del Guayas para el año 2.009. Sin embargo el dato más relevante es para la población comprendida entre la clase media a la alta, es decir el 33.28%, lo que nos deja un mercado objetivo por edad de 790.824 personas para el 2.009. *Ver Anexo 2 Figura 2-3* Población de la Provincia del Guayas comprendida entre los 18 – 69 años de edad.

Siendo más objetivos, se ha determinado que la población para el estudio es la clase social alta, media alta y media, comprendida entre personas de 18 a 69 años de edad.

2.6 MERCADO OBJETIVO

2.6.1 DEFINICIÓN DE LA POBLACIÓN OBJETIVO

La población es definida como el conjunto que representa todas las mediciones de interés para el estudio. Mientras que la muestra es un subconjunto de unidades del total, que permite inferir en la conducta del universo en su conjunto. Y por otro lado una muestra representativa contiene características relevantes de la población en las mismas proporciones en que están incluidas en tal población.

Para definir nuestro mercado objetivo potencial, se utilizará la población de la ciudad de Guayaquil, de la clase alta, media alta y media comprendida entre 18 y 69 años de edad.

2.6.2 DEFINICIÓN DE LA MUESTRA

Cada estudio tiene un tamaño de muestra idóneo, que permite comprobar lo que se pretende, con la seguridad y precisión fijada por el investigador.

El tamaño de la muestra está en función de varios aspectos, entre los que podemos mencionar:

- ❖ Variabilidad del parámetro a estimar, para el cual se recomienda usar datos previos, estudios pilotos o simplemente usar un 50% como pero estimación.
- ❖ Precisión, la cual se define como la amplitud del intervalo de confianza. Si se estima prevalecer en el mercado el formato será en porcentaje (%).

- ❖ Nivel de Confianza ($1 - \alpha$), el cual habitualmente se lo estima entre un 95 – 99%. Probabilidad complementaria al error admitido α .

Pero el caso específico de nuestro proyecto es establecer la muestra más idónea en función del número de encuestas a realizar, se decidió utilizar un nivel de confianza del 95% y un grado de significancia del 5%. En función de que se conoce el número exacto de la población target, se utilizará la siguiente fórmula para calcular el tamaño de la muestra, tomando en consideración una población finita.

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

Donde:

n = Tamaño de la muestra.

N= Tamaño de la población objetivo a estudiar.

Z = Valor correspondiente a la distribución de Gauss para un porcentaje de confianza del 95%.

p = Probabilidad de éxito, la cual indica la probabilidad de que el encuestado esté interesado en usar nuestro servicios.

q = Probabilidad de fracaso.

i = Máximo error que se prevé cometer.

De acuerdo a la tabla de distribución Normal, el valor “Z” asociado a un nivel de confianza del 95% es de 1.96. En vista de que no se cuenta con información previa, se decide suponer que la probabilidad que los encuestados estén interesados en utilizar nuestros servicios propuestos es del 50% y por tanto la probabilidad de fracaso se ubica de tal manera en un 50%. Ver Anexo 2 Figura 1 Tabla de Apoyo al cálculo del tamaño de una muestra por niveles de confianza.

Finalmente el máximo error permisible para el estudio se define en un 5%. Quedando resumidos de la siguiente manera:

$$n = (1.96)^2 \frac{(853130) * (0.50) * (0.50)}{(0.05)^2 * (853130 - 1) + (1.96)^2 * (0.50) * (0.50)}$$

$$n = 384.11$$

$$n \equiv 400 \text{ encuestas.}$$

En vista de los datos mostrados anteriormente se concluye que se deben realizar 400 encuestas, garantizando de esta manera que los resultados obtenidos muestran la representatividad de la población.

La fuente de información fue el *Instituto Ecuatoriano de Estadísticas y Censos* (INEC), con respecto a la población de habitantes de la ciudad de Guayaquil.

2.7 DISEÑO DE LA ENCUESTA

Tal como se ha indicado anteriormente, para obtener la percepción de los posibles clientes frente a los servicios que Innova S.A. plantea.

Para la realización del cuestionario nos basamos en las necesidades de información y los objetivos específicos de la investigación. Se utilizó el diseño de la encuesta que se podrá consultar en el *Ver Anexo 3 Diseño de la encuesta.*

Algunos aspectos que consideramos importantes al momento de realizar las encuestas son:

- ❖ Tipos de pregunta: Preguntas abiertas y cerradas.
- ❖ Duración de llenado de la encuesta: Aproximadamente 5 minutos.
- ❖ Número de encuestas: 400

2.8 RESULTADOS DE LA ENCUESTA

En la ciudad de Guayaquil no existen otros negocios de esta índole, por lo tanto el mercado a estudiar no presenta muchos datos, por lo cual hemos tomado datos representativos a partir de encuestas, entrevistas con psicólogos especializados en el estrés y de información alojada en la Web.

En el muestreo estadístico detallamos los resultados de las encuestas realizadas a 400 personas de diferentes partes de la ciudad.

INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

Pregunta 1.- Género

En Guayaquil el 50% de los encuestados son hombres, mientras que el otro 50% son mujeres. Este cuadro es importante ya que nos permite hacer un análisis para denotar las preferencias de los consumidores de forma equitativa en género.

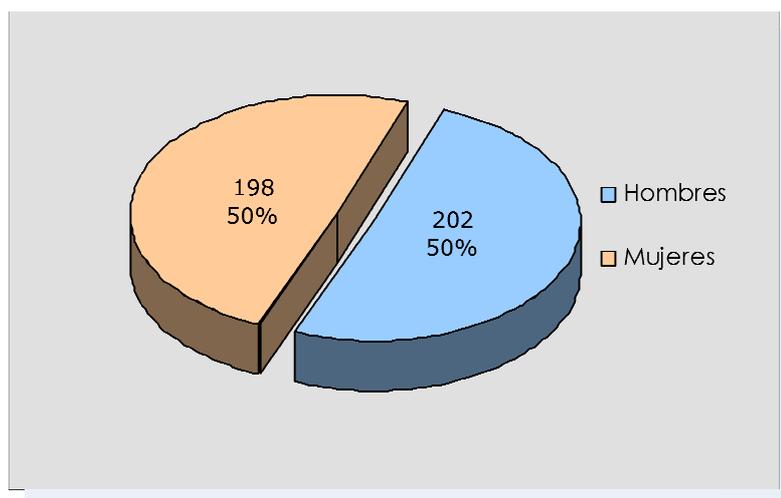


Ilustración 2-1. Géneros

Pregunta 2.- Edad (años)

Podemos observar que el 98% de las personas encuestadas está comprendido de la siguiente manera: El 18% de los encuestados corresponde al rango de edad comprendido entre 18 – 20 años, el 53% corresponde al rango de edad comprendido entre 21 – 30 años, el 21 % de los encuestados se encuentra entre 31 – 50 años, el 6% corresponde al rango de edad comprendida entre 51 – 69 años. Sin duda cabe resaltar que nuestro mercado objetivo está conformado por personas de 18 a 69 años de edad. Al cual va dirigida nuestra atención, dados sus comportamientos y preferencias.

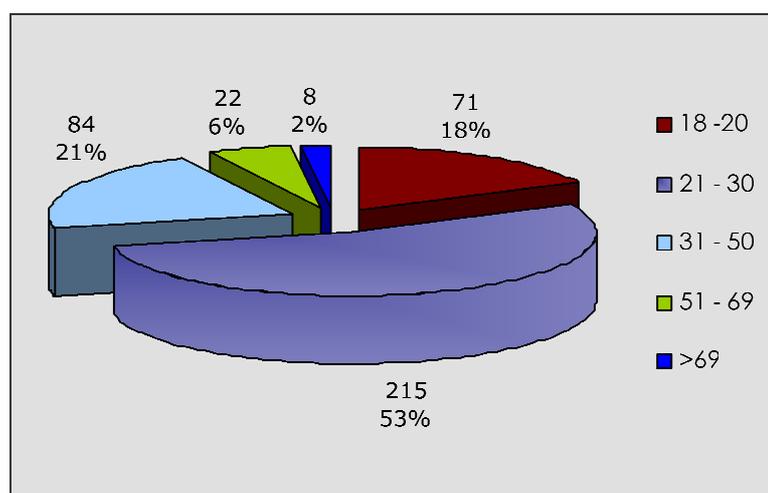


Ilustración 2-2. Edades

Pregunta 3.- Sector de Residencia en Guayaquil

En la ciudad de Guayaquil el 47% de encuestados reside en el Norte, el 12% en el Sur, el 25% de encuestados reside en el Este, el 8% reside en el Oeste y el 8% restante reside en otra parte de la ciudad de Guayaquil.

- ❖ Se efectuó esta pregunta con el propósito de saber el sector de residencia de nuestro target y así determinar el lugar estratégico donde se construirá el local.

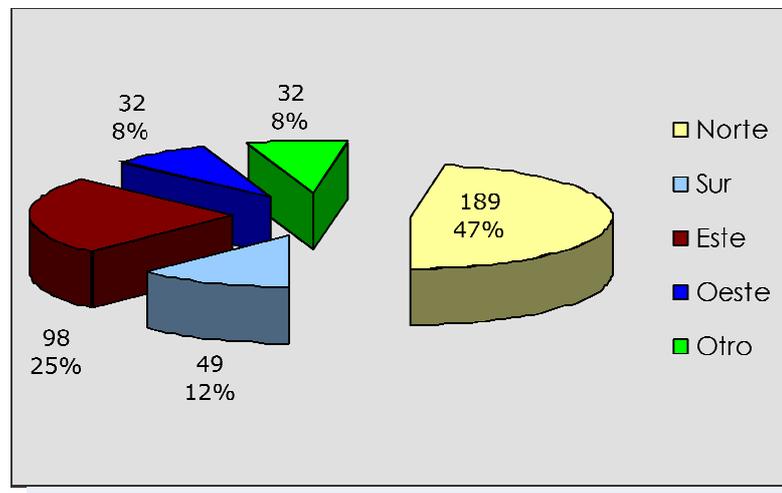


Ilustración 2-3. Residencia

Pregunta 4.- Considera que el estrés afecta negativamente a la salud

De las personas encuestadas, el 97% piensa que el estrés afecta negativamente a la salud, mientras que el 3% piensa lo contrario.

- ❖ Esta pregunta es muy importante ya que nos da a conocer el grado de atención que los encuestados dan a la relación estrés – salud y así enfocar nuestras acciones a satisfacer estos conglomerados.

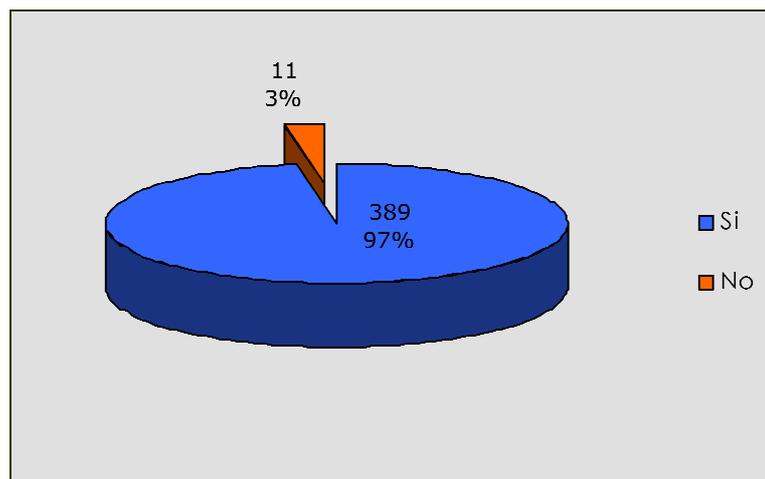


Ilustración 2-4. El estrés y la salud

Pregunta 5.- ¿Qué situación le ha producido en algún momento de su vida sentimientos de preocupación, ansiedad u otro tipo de malestar?

La mayor causa de estrés en el 46% de los encuestados han sido las responsabilidades laborales, el 18% ha tenido como mayor motivo de estrés a las responsabilidades familiares, a el 16% de los encuestados les estresa las responsabilidades estudiantiles, al 13% los problemas sentimentales y al 7% restante les ha afectado mayormente situaciones que no están en el cuadro.

- ❖ Sin lugar a duda, planteamos esta pregunta para saber a que puntos claves se puede enfocar la campaña publicitaria de nuestra empresa y así manejar herramientas de marketing efectivas para lograr el objetivo del proyecto.

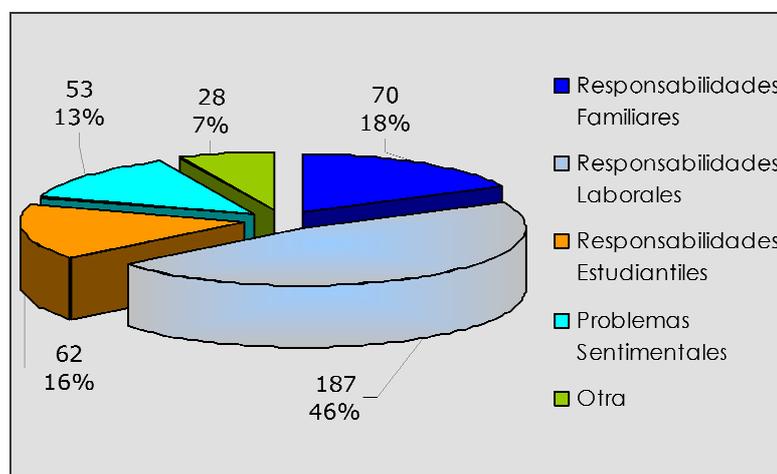


Ilustración 2-5. Situaciones de Estrés

Pregunta 6.- Indique el grado en que esté de acuerdo con las siguientes actividades, que son posibles servicios a ofrecer. Encierre en un círculo el número que considere más apropiado según su criterio

- ❖ *Talleres dedicados al desarrollo personal y a la superación de situaciones estresantes.*

El 97% de los encuestados demuestra que pueden ser clientes activos en la demanda de este servicio, por lo tanto se deberá brindar talleres de calidad y hacer que este grupo se sienta respaldado al saber que cuenta con las herramientas necesarias para enfrentar situaciones estresantes y desarrollar habilidades psicológicas que permitan ser productivos y mejorar su estilo de vida.

El 3% restante demuestra no tener inclinaciones por este servicio; se deberá promocionar atacando a un punto clave para de esta manera atraerlos hacia el uso del servicio.

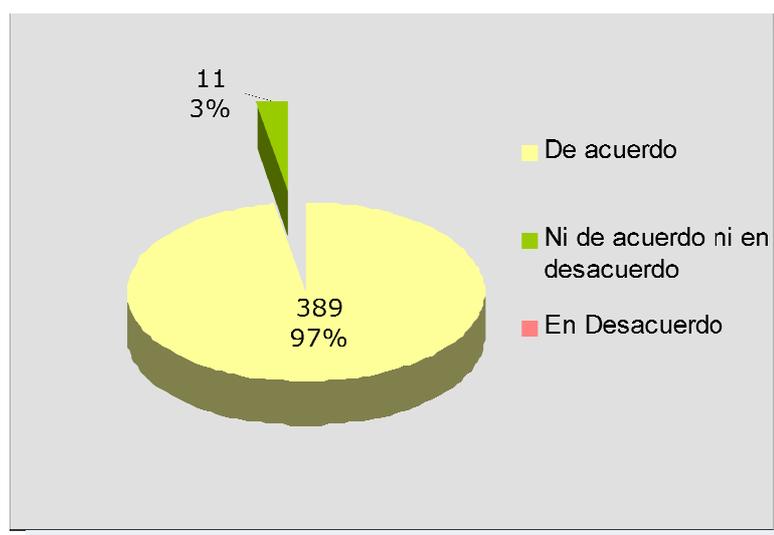


Ilustración 2-6. Talleres dedicados al desarrollo personal

- ❖ *Arrojar en una habitación cerrada tazas contra la pared, con la debida protección y de esta manera liberarse de la energía nerviosa.*

Esta fue una de las preguntas que contribuyó con la hipótesis, la cual suponía que nuestra oferta de superar situaciones estresantes con técnicas poco comunes respaldadas con orientación psicológica, tendría acogida en el mercado.

El 53% de los encuestados demuestran interés por este servicio, mientras el 22% no está ni de acuerdo ni en desacuerdo y el 25% restante de los encuestados está en desacuerdo con este servicio. Por lo tanto en el grupo de clientes que no muestran interés, es necesario trabajar de manera más ardua buscando hacer concientizar que no se trata de una manera agresiva de expresar el estrés, más bien es una técnica psicológica para eliminar la “energía nerviosa” generando pequeñas dosis de adrenalina.

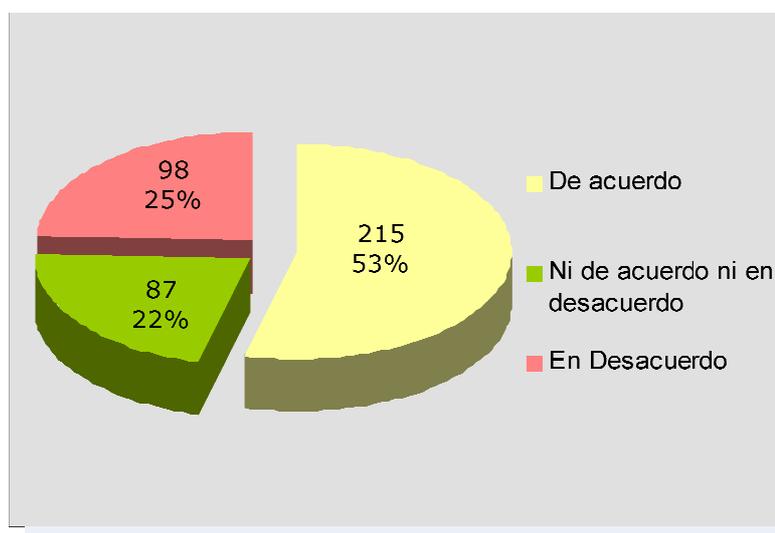


Ilustración 2-7. Técnica para liberar la energía nerviosa

- ❖ *Gritar o llorar en una habitación cerrada, de tal manera que se intensifique el sonido y así liberarse de cargas acumuladas.*

El 78% de los encuestados demuestran estar de acuerdo con este servicio, el 15% no demuestra interés, mientras el 7% de los encuestados están en desacuerdo con la prestación de este servicio. Se deberá manejar las herramientas publicitarias posibles para lograr captar la atención también en este 22% de posibles clientes.

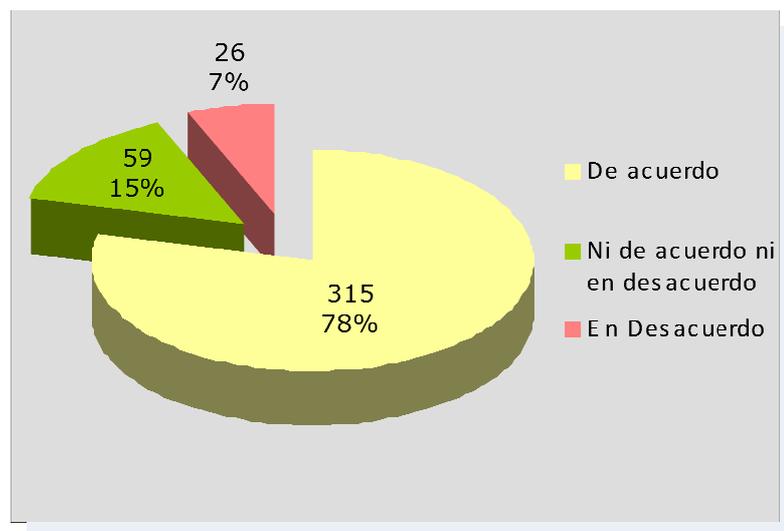


Ilustración 2-8. Técnica para liberar cargas emotivas acumuladas

- ❖ *Cantar, bailar o declamar con la pista deseada, en una habitación cerrada, luces radiantes y que su imagen se proyecte en la pared de la habitación.*

Sin duda alguna tenemos un 71% de clientes que muestran interés por este servicio, mientras el 15% no está de acuerdo ni en desacuerdo y el 14% de encuestados están en desacuerdo. Se deberá trabajar de manera ardua buscando incitar a el consumo de este servicio, atacando un punto clave, ya sea este por medio de publicidad y promociones, cuidando siempre no exagerar en la inversión.

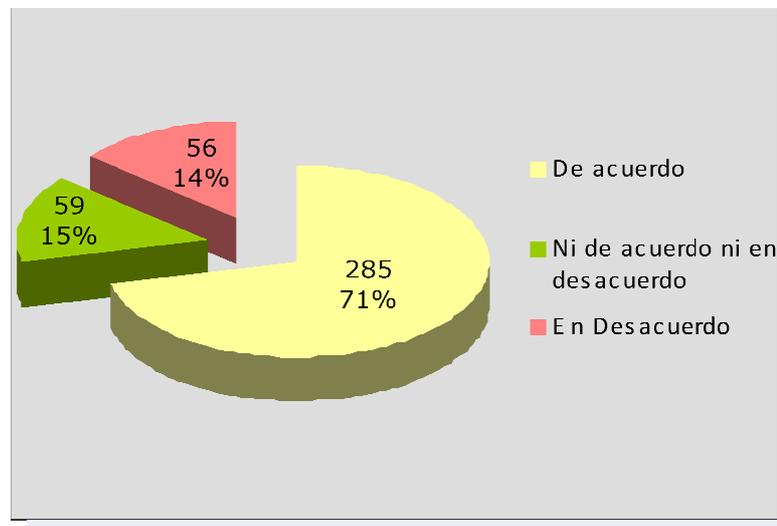


Ilustración 2-9. Técnica para relajarse emotivamente

- ❖ *Golpear un saco de boxeo inflable de tal forma que se pueda desahogar, después de una jornada laboral estresante, antes de un examen o justo cuando acaba de ver que su equipo de fútbol a perdido.*

En este cuadro podemos observar que el 64% de los encuestados podrían muy bien convertirse en fieles consumidores de este servicio, mientras el 20% no está ni de acuerdo ni en desacuerdo y 16% restante no está interesado en el servicio.

Sin duda alguna tenemos un 36% de encuestados que no están interesados en hacer uso del servicio, por lo tanto se debe buscar la manera de cambiar la percepción que tiene este conglomerado para con el servicio.

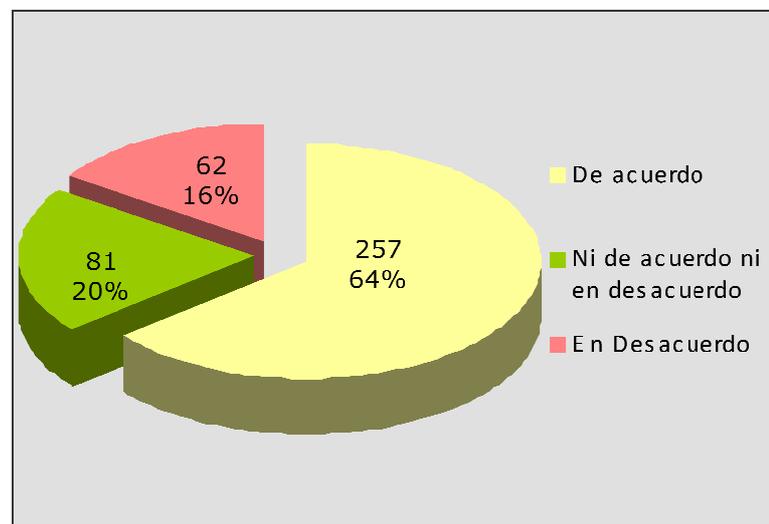


Ilustración 2-10. Técnica para liberar la ira

❖ *Música terapia*

El 98% de los encuestados muestra aceptación a este servicio, mientras el 2% muestra lo contrario. Como podemos observar, este servicio tendría una excelente acogida en el mercado, por tal razón nos comprometemos a contribuir en mejorar la salud emotiva de nuestros clientes, teniendo siempre presente que el estrés radica en su mayor parte en la mente y que la salud humana es una compleja relación entre factores biológicos, psicológicos y sociales.

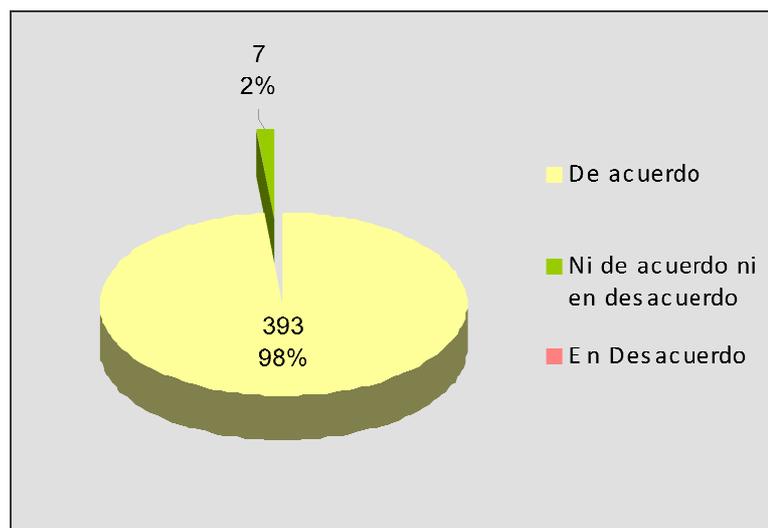


Ilustración 2-11. Técnica de reposo mental

Pregunta 7.- ¿Cómo le gustaría el ambiente para realizar las actividades poco comunes antes mencionadas?

En este cuadro observamos que podríamos tener dos grupos de clientes a los cuales será dirigida nuestra atención. El 64% prefiere efectuar las actividades poco comunes antes mencionadas, en un ambiente previamente decorado por la empresa y el 36% restante prefiere que el ambiente esté decorado de acuerdo a lo que solicite en la cita. Enfocaremos nuestros servicios a satisfacer las necesidades y preferencias de estos dos grupos de clientes.

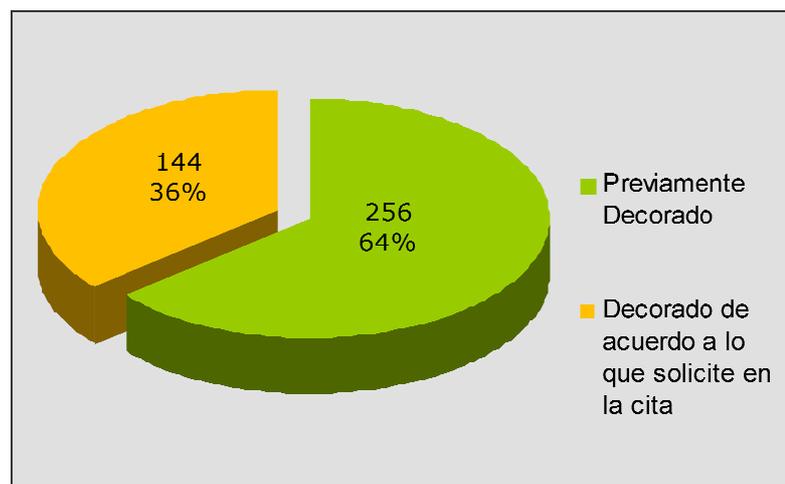


Ilustración 2-12. Preferencias

Pregunta 8.- ¿Le gustaría que los servicios mencionados anteriormente sean asesorados por un psicólogo especializado en el tema?

En este cuadro el 90% de los encuestados demuestran, que estarían interesados en los servicios antes mencionados siempre y cuando cuenten con la asesoría de un psicólogo especializado en el estrés.

En este grupo está claro que para ayudar a superar situaciones estresantes se debe tomar en cuenta las diferentes personalidades y los diferentes tipos de estrés; debido a que cada uno cuenta con sus propias características, duración y enfoques de tratamiento. Por lo tanto determinamos que este conglomerado presenta mayor afinidad con los distintos servicios que ofrecerá Innova S.A.

El 10% de los encuestados no demostró interés en asesorías psicológicas; a este grupo le permitiremos que hagan uso de nuestros servicios las veces que deseen bajo previa reservación, promocionándoles siempre las diferentes terapias se ofrecerán. De tal manera este grupo podría ser considerado como un posible cliente.

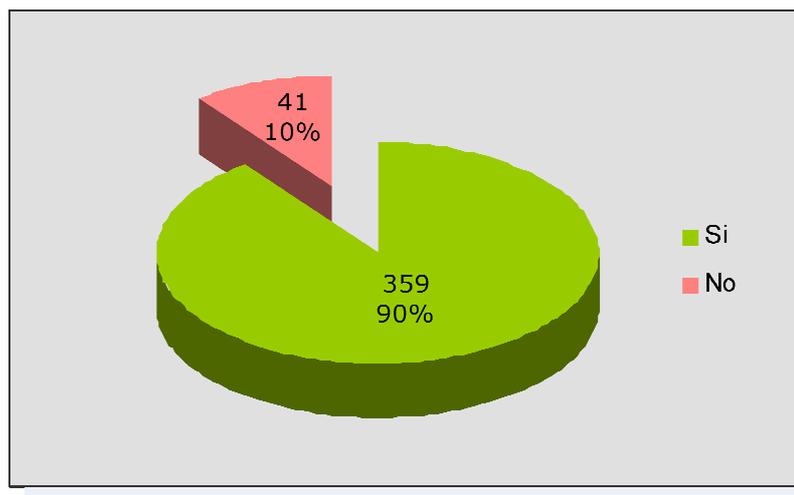


Ilustración 2-13. Asesoramiento de Servicios

Pregunta 9.- ¿Estaría dispuesto a asistir a un Centro Anti Estrés de este tipo?

Sin duda alguna tenemos un 92% de encuestados que podrían muy bien convertirse en fieles clientes del Centro Anti Estrés Innova S.A., por lo tanto se deberían manejar herramientas publicitarias y de marketing efectivas para lograr que el cliente sienta la necesidad de acudir a nuestro centro cuando sienta que el estrés afecta su salud emocional, relaciones interpersonales, salud fisiológica, memoria, rendimiento o simplemente cuando sienta necesidad de mejorar su estilo de vida.

El 8% de encuestados demostraron no tener inclinaciones por estos servicios. Se deberá trabajar de manera más ardua buscando incitar este tipo de consumo o hábito, atacando un punto clave, ya sea este por medio de publicidad y promociones, cuidando siempre no exagerar en la inversión que se realice para atraerlos, ya que no representan un tipo de clientes seguros.

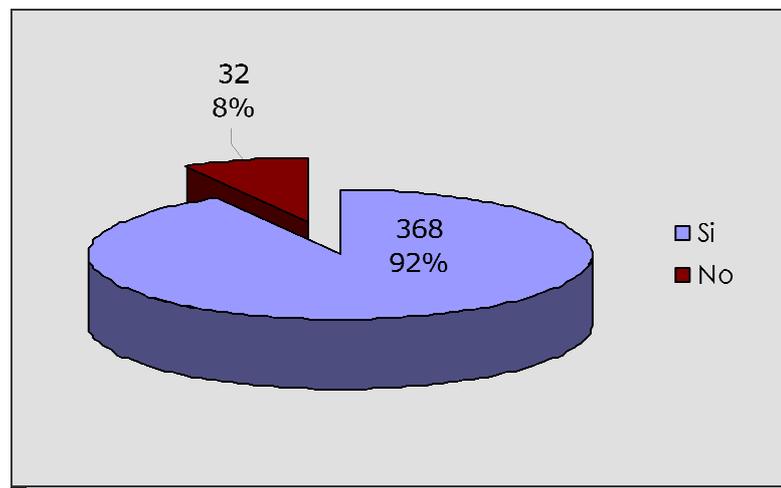


Ilustración 2-14. Disponibilidad para asistir al Centro Anti Estrés

2.9 CONCLUSIONES DE LA ENCUESTA

Según el estudio de mercado, se proyecta un futuro exitoso para el proyecto puesto que los resultados que arrojan las encuestas realizadas demuestran que el mercado al cual va dirigido el proyecto está dispuesto a acudir a nuestro centro especializado en servicios emocionales. Claramente notamos la aceptación del mercado por nuestra empresa.

En la ciudad de Guayaquil no existen otros negocios de esta índole, ese es el valor agregado de nuestro proyecto. Por lo que tenemos un amplio mercado y pretendemos incrementar la demanda de nuestros servicios, haciendo concientizar a la comunidad que el estrés radica en su mayor parte en la mente.

Este proyecto contribuirá a mejorar el desempeño de las personas en la sociedad, mejorando así su estilo de vida y creando en el mercado la necesidad de mejorar la “salud emotiva”, de desarrollar habilidades psicológicas que permitan ser productivos, ser capaces de crear en cualquier lugar un entorno ameno.



CAPÍTULO 3
ANALISIS TECNICO

3 ANÁLISIS TÉCNICO

3.1 PERSONAL TÉCNICO REQUERIDO

El puesto de trabajo o cargo a buscar, es el de “Psicólogo”, el cual cumpla con el siguiente perfil:

Profesional en Psicología, con sólidos conocimientos de:

- ❖ Entrenamiento en habilidades psicológicas.
- ❖ Programación Neurolingüística PNL.
- ❖ Técnicas de aprendizaje.
- ❖ Dominio de métodos, técnicas y terapias Anti Estrés.
- ❖ Psicología administrativa.

3.2 SERVICIOS

Todos los sistemas que generan bienes y servicios, lo que en realidad hacen, es transformar bienes (Recursos de Producción) para obtener otros diferentes, a los que llamaremos productos finales. El sector empresarial en el que sobresale INNOVA S.A., es el de prestación de Servicios, en el área de la Salud Emocional.



Ilustración 3-1. Sistema para Generar bienes o servicios

El propósito de nuestro proyecto, es generar opciones que permitan a la sociedad hacer frente a situaciones estresantes, de esta manera se contribuirá con aquella tercera parte de la comunidad, que debido a su sintomatología, acuden a realizarse un sin número de costosos exámenes, luego de los cuales quedan aún mas angustiadas al descubrir que se encuentran fisiológicamente bien y no saben cómo eliminar las dolencias que poseen.

Nuestra idea de negocio busca cubrir la necesidad de estos clientes y para ello brindaremos servicios sofisticados en cuestiones emocionales. Los mismos que constan de métodos y técnicas terapéuticas que son aplicables dependiendo de cada caso.

En la ciudad de Guayaquil no existen otros negocios de esta índole, por lo tanto tenemos un amplio mercado y pretendemos hacer concientizar a nuestros clientes acerca de la importancia de tomar medidas correctivas en caso de presentar estrés, el cual afecta en primera instancia a la emotividad del ser humano, este desequilibrio psicosocial influye en la contracción de enfermedades, ya que hace más vulnerable el sistema inmunológico, lo que no permite su correcto funcionamiento. Con la implementación de nuestro negocio, se añadirá un nuevo concepto de Salud a la sociedad.

El entorno social limita las opciones a las cuales el cliente pueda acudir cuando se sienta estresado, estas opciones no cuentan con la orientación de psicólogos. Partiendo de esta circunstancia, nosotros pensamos llenar ese espacio de mercado con una oferta innovadora en nuestro País, tomada de un centro de distracción existente en Akihabara (Distrito de Chiyoda en Tokio) el cual promociona una amplia gama de actividades para liberarse del estrés, teniendo una excelente acogida en el mercado. Hemos considerado tomar en

cuenta a las actividades psicológicamente autorizadas, añadiendo a esto orientación de profesionales especializados en el tema.

3.3 DESCRIPCIÓN DE LOS SERVICIOS

Los servicios a ofrecer serán dirigidos y orientados por un psicólogo especializado en el tema. El mismo que ayudará al cliente a encontrar cual es la causa que le produce estrés y emplear la técnica o método adecuado en cada caso, debido a las diversas personalidades existentes, no a todos resultaría eficiente mismo tratamiento Anti estrés.

Los servicios que mencionaremos a continuación, han sido elegidos debido a su alta demanda en el estudio de mercado.

3.3.1 TRATAMIENTO TERAPÉUTICO ANTI ESTRÉS

Denominamos *tratamiento* al empleo de métodos o técnicas terapéuticas dirigidas y asesoradas por el psicólogo.

Se tratará cada caso de forma individual, debido a que los clientes poseen diferentes personalidades y diferentes tipos de estrés, ocasionados por diversas circunstancias. Cada uno cuenta con sus propias características, síntomas, duración y enfoques de tratamiento.

El psicólogo se encargará de determinar el cuadro de estrés que presente el cliente y mediante entrenamiento psicológico le enseñará a desarrollar habilidades mentales que le permitan generar opciones y cambiar la percepción de las situaciones estresantes.

Tenemos como ejemplos, los siguientes casos a los cuales se asignará métodos y técnicas diferentes:

- ❖ Estrés agudo episódico, carácter irritable y energía nerviosa acumulada.

- ❖ Estrés a corto plazo, que produce una sensación de inconformidad, falta de concentración, entre otras.
- ❖ Estrés a largo plazo, que produce cambios emotivos bruscos, falta de energía, tensión, retorcijones estomacales, etc.
- ❖ Estrés que provoca un estado emocional de ira, sentimientos de enfado, desesperación, ansiedad, etc.

3.3.2 TÉCNICAS ANTI ESTRÉS POCO COMUNES

Nuestra oferta de *superar situaciones estresantes con técnicas poco comunes respaldadas con orientación psicológica*, contará de cuatro servicios que se asignarán de acuerdo al perfil de cada cliente.

- ❖ Arrojar en una habitación cerrada tazas contra la pared, con la debida protección y de esta manera liberarse de la energía nerviosa.
- ❖ Gritar o llorar en una habitación cerrada, de tal manera que se intensifique el sonido y así liberarse de cargas acumuladas.
- ❖ Cantar, bailar o declamar con la pista deseada, en una habitación cerrada, luces radiantes y que su imagen se proyecte en la pared de la habitación.
- ❖ Golpear un saco de boxeo inflable de tal forma que se pueda desahogar, después de una jornada laboral estresante, antes de un examen o justo cuando acaba de ver que su equipo de fútbol a perdido.

Estos servicios podrán ser consumidos por dos tipos de clientes: Los que quieran hacer uso de los servicios bajo un previo diagnóstico realizado por el

psicólogo y los que sólo deseen hacer uso del servicio sin previo diagnóstico profesional.

Cabe resaltar que son técnicas poco comunes que constan de autorización psicológica y que resultarán eficientes en clientes con los siguientes perfiles:

- ❖ Estrés *agudo episódico*. Las personas con este tipo de estrés siempre están apuradas, pero siempre llegan tarde. Tienen demasiadas cosas entre manos y no pueden organizar la cantidad de exigencias auto impuestas.
- ❖ Ira causada por el estrés. La ira es un estado emocional causado por el estrés, el cual varía en intensidad, se ve manifestada mediante un comportamiento irritable.
- ❖ Estrés a largo plazo. Las investigaciones científicas han mostrado que este tipo de estrés desencadena cambios emotivos bruscos.

Las principales fases para deshacerse de este tipo de estrés son: Identificarlo, evaluarlo, expresarlo y establecer un control psicológico.



Ilustración 3-2. Fases para la superación de la energía nerviosa

Es común que personas con este tipo de estrés, estén demasiado agitadas, tengan mal carácter, sean irritables, ansiosas y estén tensas. Suelen describirse como personas con mucha *“ENERGÍA NERVIOSA”*, la misma que puede ser erradicada generando pequeñas dosis de adrenalina. Estos tratamientos estarán respaldados con terapias psicológicas.

3.3.3 MÉTODOS ANTI ESTRÉS

A través de este servicio, el cliente puede acceder a la evaluación y diagnóstico de la personalidad o actitudes, etc. Esta terapia se utiliza con el propósito de mejorar la calidad de vida del paciente y propiciar cambios de conducta, actitudes y de pensamientos para mejorar su salud emocional. El tiempo dedicado a cada terapia será de 1 hora por paciente, la cual consiste en:

- ❖ Talleres dedicados al desarrollo personal y a la superación de situaciones estresantes. Mediante estos talleres y asesorías profesionales se entrenará al cliente en el aprendizaje habilidades psicológicas.



Ilustración 3-3. Proceso del Entrenamiento psicológico

Musicoterapia.

En este método se recurre a melodías armónicas con la finalidad de que el cliente medite y determine qué tipo de conducta está afectando su calidad de vida. Está comprobado que cuando el resultado de una conducta estresante.

La misma que afecta la calidad de otros objetivos que queremos obtener nos encontramos frente a un conflicto; una de nuestras metas es entrenar a la sociedad para que generen opciones que puedan solucionar este problema.

3.3.4 DESCRIPCIÓN DE LA TECNOLOGÍA

Usaremos los siguientes equipos para la adecuación de la habitación.

- ❖ Amplificadores de potencia monofónicas de 100 W RMS en adelante.
- ❖ Computadoras con sistema de Karaoke, Virtual Dj, etc.
- ❖ Proyector Epson para la adecuación de la habitación
- ❖ Cámara de Vigilancia para el local.
- ❖ Impresora central en al área de la administración (Servidor)
- ❖ Central de aire acondicionado con extensiones en el área del local.
- ❖ Instalación y distribución de la red para 4 computadores.

3.4 EQUIPOS

Descripción	Cant.	Costo	Total
Amplificador	1	548,80	548,80
Infocus proyector	1	750,00	750,00
Impresora laser lexmark E120	1	86,24	86,24
Computadora Combo	4	392,00	1.568,00
Switch 16 puertos	1	59,36	59,36
Bobina UTP Cat 5E	1	125,44	125,44
Cámaras Vigilancia	1	219,00	219,00
Central A/A	1	2.000,00	2.000,00
TOTAL	11		5.356,84

Tabla 3-1. Equipos

3.4.1 REQUERIMIENTOS TÉCNICOS DE LOS EQUIPOS

AMPLIFICADORES DE POTENCIA MONOFÓNICAS DE 100 W RMS

- ❖ Potencia de salida real 100 W
- ❖ Canales de entrada XLR o PLUG PHONE 1/4, con ecualizador de 2 bandas, nivel de volumen adicional.
- ❖ 1 canal de entrada y salida RCA L-R con control de volumen adicional.
- ❖ Control maestro de volumen y efectos.
- ❖ Canal INSERT para efectos externos
- ❖ 2 salidas para parlantes de 4 ohmios.

Ver Anexo 4 Figura 3-5 Amplificadores de Potencia

PROYECTOR EPSON POWERLITE S6

- ❖ Tecnología 3LCD Epson de 3-chips
- ❖ 16,7 millones de colores. SVGA 2200 ANSI. 2000:1 Contraste. Incluye Pantalla de 72"
- ❖ NTSC: 560 líneas PAL: 560 líneas Señal de entrada NTSC/NTSC4.43/PAL/M-PAL/N-PAL/PAL60/ SECAM 480i, 480p, HDTV: 720p, 1080i, 1080p
- ❖ Condiciones ambientales Temperatura de Operación: 5°C a 35°C (41° F a 95°F)
- ❖ VGA. USB.
- ❖ Distancia de Proyección 0,88 mts a 10,49 mts
- ❖ Tecnología 3LCD Epson de 3-chips

Ver Anexo 4 Figura 3-6 Proyector Epson

IMPRESORA LEXMARK E 120

- ❖ Tipo: Láser Monocromática
- ❖ Velocidad de Impresión: 19 ppm - 20 ppm
- ❖ Tiempo de salida de 1er página:8 segundos
- ❖ Resolución de Impresión:1200 Image Quality, 600 x 600 dpi
- ❖ Procesador :183 MHz
- ❖ Memoria:8 MB
- ❖ Tamaño :25 x 38 x 37 (A4) cm
- ❖ Peso (Kg.):6.9 Kg.

Ver Anexo 4 Figura 3-7 Impresora Lexmark

COMPUTADORES COMBOS

- ❖ PC con procesador Intel atom 1.66 GHz con placa Intel 945
- ❖ Memoria RAM 1gb ddr2 667
- ❖ Disco duro 160 GB sata Samsung
- ❖ DVD writer lg doble capa (graba CD y DVD)
- ❖ 4 puertos USB 2.0
- ❖ Case atx color negro /teclado Mouse óptico, parlantes.
- ❖ Monitor de 17 pulgadas LCD lg.

Ver Anexo 4 Figura 3-8 Computadoras

CÁMARA DE VIGILANCIA

- ❖ Equipo completo para armar circuito de video vigilancia de 2 cámaras y 1 tarjeta dvr
- ❖ Tarjeta de captura dvr de 30 fps ctv. para grabación y monitoreo por Internet
- ❖ 1- cámara bullet
- ❖ 1- cámara domo para interiores

Ver Anexo 4 Figura 3-9 Cámara de vigilancia

3.5 ESPACIO FÍSICO

3.5.1 TAMAÑO Y LOCALIZACIÓN DE LA EMPRESA

La magnitud y características del mercado darán la primera orientación para definir el nivel de producción y, consecuentemente, la inversión. Reconoce la importancia de tener información de mercado apropiada para comenzar o expandir cualquier emprendimiento Empresarial.

Nuestro Centro Anti-Estrés estará ubicado en una conocida zona comercial de Guayaquil, como lo es la Av. Víctor Emilio Estrada y XXX. Contará con habitaciones personalizadas para cada servicio que el cliente requiera.

PSICOLOGÍA.-

Esta área estará atendida por un psicólogo el cual se encargara de si el cliente lo desea, realizarle un chequeo a su salud mental para determinar la mejor vía para el posible tratamiento.

La habitación estará adecuada con se respectivo computador, mueble para la atención a los pacientes y demás adecuaciones necesarios para ambientar el mismo.

SECRETARIA / RECEPCIÓN.-

Estará compuesta por la secretaria / recepcionista, quien se encargara de recibir y asesorar en cuanto a precios, horarios e información en general de los posibles clientes.

Además realizara las funciones de secretaria, quien contara con una computadora para poder consultar y asignar los tiempos a cada cliente.

HABITACIÓN ESPECIAL.-

En esta habitación se procederá a realizar las diferentes instalaciones de audio, proyección, y/o demás servicios de acuerdo a la petición del cliente.

Dicha habitación será la más importante de nuestro negocio, en la cual estarán los equipos de amplificación, el proyector y una computadora con las debidas instalaciones.

BAÑOS.-

Estarán ubicados cerca del área de la recepción y estarán debidamente equipados.

SALA DE ESPERA.-

Estarán ubicados frente a la recepción y equipados con los muebles necesarios para la comodidad de los clientes.

OFICINA DE LA ADMINISTRACIÓN.-

En esta oficina es donde se coordinara todas las actividades a realizar por los clientes, además aquí estarán dos computadoras, la impresora central y los archivadores.

Es aquí en donde estará ubicada el servidor y el sitio Web.

PROCESO DE COMPRA DEL PRODUCTO / SERVICIO

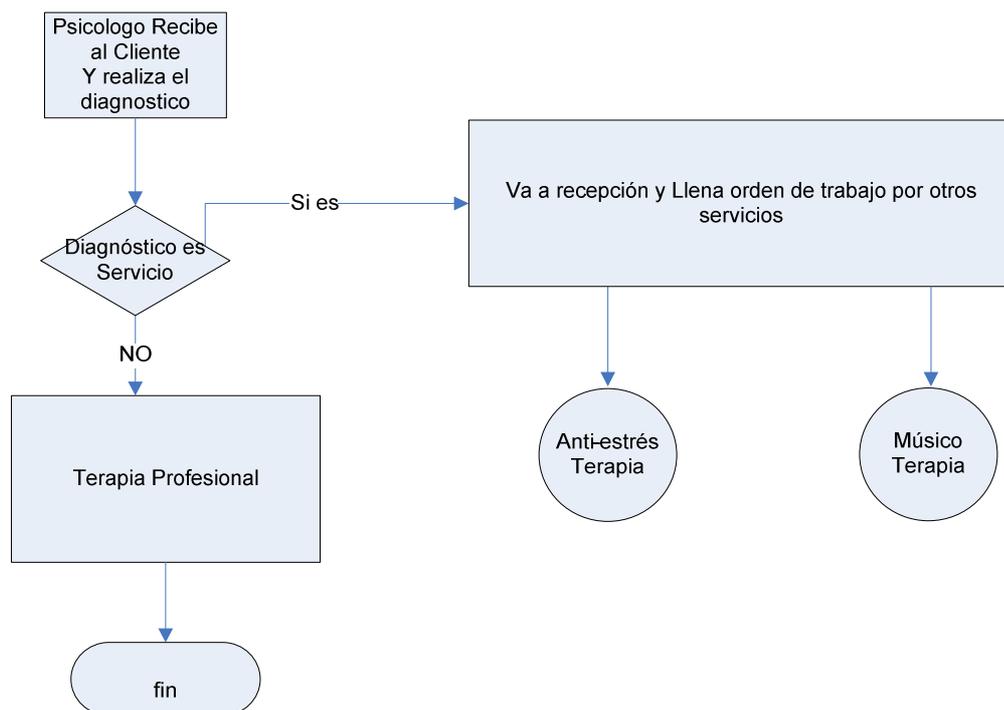


Ilustración 3-4. Proceso de Consulta psicológica

1. El psicólogo especializado en el tema recibe al cliente y realiza un test o diagnóstico para determinar el tipo de estrés que tenga el cliente y el tipo de personalidad. Aquí determina que método o terapia resulta eficiente en cada caso

2.- Brindamos estos servicios:

- ❖ Talleres dedicados al desarrollo personal y a la superación de situaciones estresantes.
- ❖ Los métodos poco comunes los utilizamos en estos casos:

“Tenemos como ejemplo el perfil de una persona con estrés agudo episódico, en este caso se deben aplicar técnicas terapéuticas poco usuales pero efectivas. Las personas con este tipo de estrés siempre están apuradas, pero siempre llegan tarde. Tienen demasiadas cosas entre manos y no pueden organizar la cantidad de exigencias autos impuestas. Es común que estas personas estén demasiado agitadas, tengan mal carácter, sean irritables, ansiosas y estén tensas. Suelen describirse como personas con mucha “energía nerviosa”, la misma que puede ser erradicada generando pequeñas dosis de adrenalina podría ser arrojando en una habitación cerrada tazas de porcelana contra la pared, golpear un saco de boxeo o gritar en una habitación cerrada de tal manera que se intensifique el sonido. Cabe resaltar que los tratamientos estarán respaldados con terapias psicológicas.”

SLOGAN

Hemos considerado el siguiente slogan:

“Desestrézate de una manera diferente, más deseable que común. Tú salud física y mental estarán seguras con Innova”

Dicha frase encierra los beneficios que el cliente obtiene al acudir a nuestro centro Anti-estrés.

“Desestrézate de una manera diferente, más deseable que común”: En Innova la prioridad es ajustar cada sesión al gusto del cliente. Nuestra metodología de relajación es única, y poco común.

“Tú salud física y mental estarán seguras con Innova”: Está comprobado que para tener una vida placentera, no solo es necesario cuidar nuestra salud física, sino también la emocional. Una persona emocionalmente afectada, sufrirá de gastritis, migraña, entre otras más. En Innova encontrarás relajación y salud tanto física como mental.

DISEÑO DE AFICHES PROMOCIONALES

Los afiches se colocarán en puntos estratégicos de la ciudad de Guayaquil. Tales como departamentos de salud, universidades.

DISEÑO DE MATERIAL PROMOCIONAL

TRÍPTICOS

Se distribuirán en los departamentos de salud, universidad y empresas de la ciudad los cuales consideramos nuestro mercado meta.

VOLANTES

Se distribuirán volantes en las principales avenidas de la ciudad: Av. 9 de octubre, Av. Víctor Emilio Estrada, Av. Francisco de Orellana, entre otras durante 12 fines de semana.



CAPÍTULO 4
**ANÁLISIS ADMINISTRATIVO, LEGAL,
SOCIAL Y AMBIENTAL**

4 ANÁLISIS ADMINISTRATIVO, LEGAL, SOCIAL Y AMBIENTAL

Tiene Como objetivo definir cada una de las funciones y trabajos a realizar en cada una de las áreas. Describe las estructuras, los estilos de dirección, las políticas de Administración de personal y de participación del grupo empresarial en la gestión de resultados.

4.1 ANÁLISIS ADMINISTRATIVO

❖ ORGANIGRAMA

El Centro Anti Estrés Innova S.A. se constituirá como microempresa, la misma que estará conformada por tres socios gestores y accionistas; Fanny Navarrete Romero, Galo Vélez Vásquez y Carlos Gines Ford, los cuales estarán ligados directamente con la Administración del mismo. Además se contará con la participación de 1 psicólogo especializado en Programación Neurolingüística PNL y 1 tecnólogo en electrónica que desempeñarán las funciones de Asesores.

Ver Anexo 5 Figura 4-1 Organigrama

Este organigrama permite aclarar cuáles serán las personas que se van a encargar del manejo de la empresa durante su período operacional. En los cuadros siguientes se detallan las funciones que van a desempeñar, los requisitos necesarios para ocupar cada cargo y las herramientas empleadas para el desarrollo de las diferentes labores.

La política salarial será definida de acuerdo a lo establecido en el documento de:

CODIFICACIÓN DEL CÓDIGO DE TRABAJO

Codificación 17, Registro Oficial Suplemento 167 del 16 de Diciembre del 2005.

Tanto para los cargos administrativos como para los cargos técnicos definidos en el anterior organigrama.

❖ DESCRIPCIÓN DE CARGOS ADMINISTRATIVOS

Las funciones de nuestra empresa estarán dirigidas en base a una estructura jerárquica de diferentes niveles profesionales, que a su vez dependen de la experiencia acumulada y de la preparación académica. A cada nivel corresponde funciones y técnicas específicas. La categorización común puede ser resumida como sigue:

Nombre del cargo	Funciones	Requisitos
Jefe Administrativo	<ol style="list-style-type: none"> 1. Jefe de personal. 2. Tramitar selección de personal. 3. Conceder permisos y licencias al personal de la empresa. 4. Estudiar situación de mercado. 5. Analizar pronósticos de ventas. 6. Propender a elevar el nivel de desarrollo de la entidad en todo ámbito; profesional, económico, comercial y humano. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Profesional en administración. 2. Conocimientos en manejo de utilitarios. 3. Conocimientos de psicología.
Coordinador de Métodos y Técnicas Terapéuticas	<ol style="list-style-type: none"> 1. Presentar al Jefe Administrativo hasta el 31 de Enero de cada año, una propuesta de nuevas actividades a implementar. 2. Dirigir y asesorar a los clientes, tratando cada caso de manera independiente. 3. Asignar métodos o técnicas terapéuticas a los clientes, de tal manera que se sientan satisfechos. 4. Realizar estudios de los diferentes clientes y archivar cada caso. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Profesional en psicología. 4. Conocimiento en Programación Neurolingüística. 5. Conocimiento en técnicas de aprendizaje. 6. Conocimiento en métodos y técnicas anti estrés. 7. Conocimientos básicos en manejo de utilitarios.

Nombre del cargo	Funciones	Requisitos
Contador	<ol style="list-style-type: none"> 1. Manejo contable de la empresa. 2. Analizar oportunidades de créditos. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Contador Público Autorizado. 2. Experiencia de al Menos 2 años.
Secretaria	<ol style="list-style-type: none"> 1. Recepcionista. 2. Asistencia a todos los cargos gerenciales. 3. Coordinar las citas de los clientes. 4. Coordinar el empleo de la habitación para las técnicas anti estrés. 5. Mantener al día la historia clínica de los Clientes. 6. Realizar actualizaciones para inventarios Útiles de oficina. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Mínimo Bachiller en Cualquier Especialidad. 2. Conocimientos en Manejo de utilitarios.
Asesor Técnico	<ol style="list-style-type: none"> 1. Manejo de equipos de audio analógico y Digital. 2. Instalación de sistemas de audio. 3. Ecualización de salas. 4. Mantenimiento de PCs y equipos de audio. 5. Realizar actualizaciones para inventarios De equipos. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Profesional con Conocimientos en Audio analógico y Digital.
Auxiliar de Mantenimiento	<ol style="list-style-type: none"> 1. Disposición y control de útiles de aseo. 2. Encargarse de la limpieza y aseo diario del Local. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Experiencia de al Menos 1 año en Limpieza.

Tabla 4-1. Descripción de cargos técnicos

De acuerdo a lo establecido por la Ley, se establecerán contratos de trabajo con cada uno de los empleados.

4.2 ANÁLISIS LEGAL

❖ LEGISLACIÓN RELACIONADA CON LAS MICROEMPRESAS

Un tema recurrente en cuanto a la legislación sobre la microempresa es el alto nivel de informalidad de las mismas. Generalmente, las microempresas no cuentan con las licencias municipales requeridas, no registran a sus empleados en la seguridad social, ni reportan sus niveles de ventas a la autoridad impositiva.

El empleo de la microempresa se relaciona por definición como empleo en el sector informal, porque la mayoría de las veces los empleados de la microempresa no se encuentran anotados en los registros oficiales del ministerio de trabajo, ni registrados en la seguridad social, ni tampoco en el Servicio de Rentas Internas (SRI). Esto se debe en parte a que los costos asociados a registrarse (pago de impuesto, inscripciones, tasas, etc.) son muy altos y también porque el proceso es complicado y tedioso.

Según el Banco Mundial, iniciar un negocio en Ecuador requiere cumplir con trámites, que incluyen:

1. Certificado de depósitos en el banco
2. Registros en la Superintendencia de Compañías
3. SRI
4. Cámara de Comercio
5. Registro Mercantil
6. Seguridad Social
7. Ministerio de Trabajo y
8. Municipio, entre otros.

Para realizar estos trámites un empresario se demora en promedio 69 días hábiles y el costo asciende a **US\$ 2.200. (Son dos mil doscientos dólares americanos)**

Cuarenta y seis fuentes locales indican que los procesos de constitución de empresas en Ecuador han mejorado consistentemente. “El tiempo promedio para constituir una empresa a través de los mecanismos de ventanilla Única (VU) de la Cámara de Comercio de Quito y Guayaquil y del Centro de Atención al Usuario de la Superintendencia de Compañías (SC), es de 30 días como máximo y 15 en promedio. El modelo de VU prevé la prestación conjunta de servicios de varias instituciones privadas como las Cámaras de Comercio. Los Centros de Atención al Usuario son iniciativas de la SC donde la prestación de los servicios se realiza en menor tiempo gracias al uso de información en línea. Estos pilotos se concentran en las grandes ciudades como Quito y Guayaquil”.

Ecuador se ubica entre los países de América Latina con la mayor proporción de empleo no agrícola informal (57,6%), luego de Paraguay (62,9%), Colombia (59,9%) y Perú (58%), según datos de la Oficina Internacional del Trabajo (OIT). Esta clasificación divide al empleo no-agrícola en formal e informal; el primer grupo incluye a los empleados del sector público y de las empresas privadas con más de seis empleados, mientras que el empleo informal está compuesto por los trabajadores independientes (excepto los administrativos, profesionales y técnicos), empleados domésticos y microempresarios (hasta con 5 empleados). Según las estadísticas disponibles de la OIT, en los últimos años el empleo informal muestra una tendencia creciente en Ecuador.

Cuarenta y seis fuentes locales indican que los procesos de constitución de empresas en Ecuador han mejorado consistentemente. “El tiempo promedio para constituir una empresa a través de los mecanismos de ventanilla Única

(VU) de la Cámara de Comercio de Quito y Guayaquil y del Centro de Atención al Usuario de la Superintendencia de Compañías (SC), es de 30 días como máximo y 15 en promedio. El modelo de VU prevé la prestación conjunta de servicios de varias instituciones privadas como las Cámaras de Comercio. Los Centros de Atención al Usuario son iniciativas de la SC donde la prestación de los servicios se realiza en menor tiempo gracias al uso de información en línea. Estos pilotos se concentran en las grandes ciudades como Quito y Guayaquil”.

❖ LA EMPRESA SEGÚN SU ESCALA

Microempresa
Es la más pequeña de la escala empresarial, que no sobrepasa los US\$ 20.000 y unos 10 trabajadores. ³

² Banco Mundial, Corporación Financiera Internacional, www.doingbusiness.org

³ www.comunidadandina.org

❖ LA EMPRESA SEGÚN EL MARCO JURÍDICO

Empresas de hecho: Son aquellas que se constituyen sin necesidad de cumplir ninguna solemnidad, puesto que no existe ley que determine algún tipo de obligación para su constitución. También conocidas como microempresa.

Existen varias instancias a través de las cuales el microempresario podía formalizarse, entre ellas:

Registro en el Servicio de Rentas Internas (SRI), licencias, permisos municipales y la Inscripción en la Seguridad Social.

❖ FASES DE LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA

CONSTITUCIÓN

Empresas Mercantiles	Empresas Civiles	Empresas de Hecho
Escritura pública de constitución de la compañía.		
Aprobación en la Superintendencia de Compañías.	Toda actividad económica puede desarrollar su actividad como Empresa Civil, para lo cual necesitamos llenar el estatuto de constitución y reconocerlo ante un juez de lo civil.	Ninguno
Depósito de un monto de dinero en una cuenta Bancaria.		
Inscripción en el Registro Mercantil.		
Los tipos de sociedades mercantiles son: Nombre colectivo, comandita simple, responsabilidad limitada, anónima y economía mixta.		

Tabla 4-2. Requisitos para la constitución de una empresa según su tipo

OBTENCIÓN DE TASA DE HABILITACIÓN: PRIMERA VEZ

OBJETIVO/ACERCA DEL TRÁMITE:

Se registrará al solicitante el tipo de establecimiento a colocar, para su respectivo cobro.

REQUISITOS:

1. Tasa única de trámite.
2. Solicitud para habilitación de locales comerciales, industriales y de servicios.
3. Copia de la cédula de ciudadanía
4. Copia del R.U.C.
5. Copia del nombramiento del representante legal (personas jurídicas).
6. Carta de autorización para la persona que realice el trámite.
7. Copia de la patente del año a tramitar.
8. Copia de los predios urbanos (si no tuviere copia de los predios, procederá a entregar la tasa de trámite de legalización de terrenos o la hoja original del censo).
9. Croquis bien detallado donde está ubicado el negocio.
10. Si fuere compañía, sólo agregar nombramiento del representante legal con la copia de la cédula de ciudadanía del mismo.

PASOS DEL TRÁMITE:

1. En caso de no existir ningún cambio en relación a la tasa anterior, presentar original o copia del último pago de la tasa de habilitación o registro de patente, en las ventanillas de recaudaciones (bloque noreste 1, Palacio Municipal, planta baja).
2. Cancelar la tasa de habilitación.
3. Visita de los funcionarios de la Dirección de Vía Pública.
4. Procedimiento Interno: Verificación de documentación y análisis.

El solicitante deberá regresar en un plazo de 5 a 30 días laborales, dependiendo de la actividad comercial o tipo de negocio, en las ventanillas 41-42(Palacio Municipal, planta baja).

Nota:

Si el dueño del establecimiento cambiare el tipo de actividad comercial, tendrá que acercarse a la Dirección de Uso del Espacio y Vía Pública (Palacio Municipal, Pasaje Arosemena) para su respectiva rectificación.

CUERPO DE BOMBEROS

OBTENCIÓN DE LA TASA DE SERVICIOS DE PREVENCIÓN CONTRA INCENDIOS

1. Si el trámite lo realiza personalmente, adjuntar copia de la cédula de ciudadanía; o la autorización por escrito para la persona que realizará el trámite adjuntado fotocopia de la cédulas de ciudadanía de quien autoriza y del autorizado, más copia del nombramiento si es de Cía.
2. Copia completa del RUC (Registro Único de Contribuyente) donde conste el establecimiento con su respectiva dirección y actividad.
3. Original y copia de la Calificación Artesanal en caso de ser artesano.
4. Original y copia de la factura actualizada de compra o recarga del extintor, la capacidad del extintor va en relación con la actividad y área del establecimiento (mínimo 5 libras).
5. Para venta de Gas (traer actualización de Hidrocarburo actualizada).
6. Para venta o reparación de armas (traer autorización del Comando Conjunto).

4.3 ANÁLISIS SOCIAL

- ❖ La razón principal de nuestra investigación, es crear una excelente alternativa para combatir el estrés, el cual se incrementa día a día a causa del mundo competitivo en el cual vivimos. Con la prestación de servicios de calidad, pretendemos hacer concientizar a la comunidad acerca de lo imprescindible que resulta contar con una salud emocional en perfectas condiciones.

Este proyecto contribuirá a mejorar el desempeño de las personas en la sociedad, transformando así su estilo de vida e introduciendo en el mercado un nuevo concepto de *SALUD*, al cual definimos como una compleja relación entre factores biológicos, psicológicos y sociales. Como valor añadido, los servicios del *Centro Anti Estrés Innova S.A.* contarán con asesoría de un psicólogo que capacitará a nuestros clientes en estrategias que ellos necesiten para reducir el estrés y así puedan ser más productivos, ya que en este mundo permanentemente cambiante se requiere hacer más en menos tiempo.

Nosotros estamos conscientes de que resulta más atrayente emprender un viaje, realizar algún deporte o practicar alguna destreza, pero también estamos conscientes que no en todos los tipos de estrés resultan eficaces, lo que encasilla al cliente a relajarse circunstancialmente y al retornar a sus labores si se presentara una situación engorrosa estar prestos a la manifestación del estrés pero con mayor intensidad. Es a este grupo de personas al cual van dirigidas nuestras ideas de negocio.

- ❖ La creación de esta empresa será una excelente alternativa para las personas laboralmente activas de la ciudad de Guayaquil. Todo nuevo negocio así sea pequeño es una oportunidad de fuentes de trabajo y por lo tanto apoyo indirecto al movimiento económico de la Ciudad.

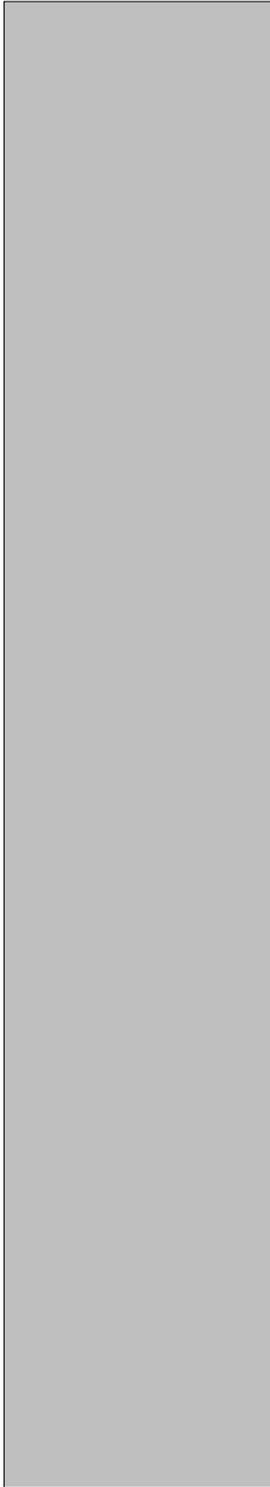
4.4 ANÁLISIS AMBIENTAL

- ❖ El Centro Anti Estrés Innova S.A. no generará un impacto significativo en el medio ambiente, en primer lugar porque es una microempresa que no elaborará ningún producto y los servicios que prestemos no generarán contaminantes. En segundo lugar porque estará ubicada en el perímetro urbano. No se utilizarán maquinarias a base de combustible como para pensar en las medidas preventivas del caso, por esto no afectará la flora y fauna, tampoco acarreará o generará residuos tóxicos o contaminantes.
- ❖ El funcionamiento de nuestra empresa no produce ruido excesivo debido a que las actividades se relajarán en habitaciones con todas estas contemplaciones (herméticamente cerradas).

4.5 ANÁLISIS DE VALORES PERSONALES

- ❖ Buscáremos que cada uno de nuestros miembros sean personas que cuenten con valores éticos y morales que se reflejen en el desempeño de su labor, generando buen ambiente de trabajo, que permita que todos desarrollen sus habilidades en pro de la empresa y de la sociedad.
- ❖ los socios son personas profesionales, capaces de tomar decisiones que vayan en pro de la empresa, de sus socios, empleados y clientes.

la actividad del negocio no viola ningún principio moral de la comunidad, pues cumple con las normas legales. por el contrario beneficia a la comunidad ya que ofrece servicios que velen por su salud emocional y por ende corporal.



CAPÍTULO 5
ANALISIS FINANCIERO

5 ESTUDIO FINANCIERO

En este capítulo se detallan los estados financieros presupuestados para el periodo del primer año de operación, el mismo que refleja los movimientos y las proyecciones económicas de nuestro proyecto.

5.1 PRESUPUESTO DE INVERSIÓN, COSTOS Y GASTOS

Una vez terminado el estudio administrativo se debe demostrar que el Proyecto es económicamente rentable. A continuación se presenta los ingresos y egresos presupuestados.

5.2 INVERSIÓN INICIAL

INVERSIONES FIJAS, están constituidas por todos los materiales, equipos y muebles o enceres, cabe recalcar que la compañía tomara en arriendo un local teniendo una base de inversión total de **\$ 8.348,47 (son ocho mil trescientos cuarenta y ocho 47/100 dólares)**.

Para la creación de la compañía y la ambientación del mismo se tendrá una inversión inicial de **\$ 3.500,00 (son tres mil quinientos dólares)**.

Ver anexo 6 Inversión Inicial.

5.2.1 COSTOS DE OPERACIÓN Y FINANCIACIÓN

Podemos identificar la totalidad de recursos humanos y materiales que se exigen en la fase operacional.

GASTOS DE ADMINISTRACIÓN. En este rubro se encuentran los suministros de oficina, arriendo, servicios entre otros.

Se tendrán presente los servicios básicos y el canon de arrendamiento del local.

GASTOS DE PUBLICIDAD. En este rubro se encuentran los gastos por propaganda, que está compuesto por las volantes y desarrollo se sitio web.

Ver anexo 8 Presupuesto de Gastos

AMORTIZACIÓN DE DIFERIDOS En este rubro se encuentran los gastos pre – operativos o inversiones amortizables, se ha determinado la cantidad de **US \$ 2.200,00 (son dos mil doscientos 00/100 dólares).**

Ver anexo 9 Amortización Y Depreciación

5.3 FINANCIACIÓN DEL PROYECTO

❖ APORTE SOCIOS

Para el desarrollo del proyecto necesitamos de la aportación de los socios que son 3 personas las cuales realizarán los aportes de la siguiente manera:

El Señor Galo Vélez contribuirá con \$ 7.000,00 (Siete mil dólares americanos)

La Señorita Fanny Navarrete contribuirá con \$ 6.500,00 (Seis mil quinientos dólares americanos)

El Señor Carlos Gines contribuirá con \$ 6.500,00 (Seis mil quinientos dólares americanos)

5.4 ESTADOS FINANCIEROS

Es necesario elaborar un diseño detallado de la parte financiera de la compañía.

Los estados financieros que se consideran son:

- ❖ Inversión
- ❖ Presupuestos
- ❖ Balance proyectado

INGRESOS POR CONCEPTOS DE VENTAS

Comprenden los ingresos por la venta del servicio.

Para tal efecto se ah realizado un estimado de ventas de las horas por semanas que se podrán laborar en función del número de asesores y la cantidad de terapias brindadas a los clientes.

Consideramos que para el año 1, tendremos un ingreso proyectado de 18 terapias de técnicas anti – estrés, 12 terapias profesionales por semana.

Ver anexo 7 Proyección de ventas.

Gastos.- Están relacionados con los costos necesarios para la operación de la empresa pues como vamos a ofrecer el servicio de lanzar tazas a la pared tendremos la necesidad de la compra de vajillas.

Debemos tener presentes que el costo de la vajilla se la incluiremos en el valor a pagar por el cliente.



CAPÍTULO 6
**CONCLUSIONES Y
RECOMENDACIONES**

6 CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

6.1 CONCLUSIONES

1. De acuerdo con la investigación realizada se llegó a la conclusión de que no existe en la ciudad de Guayaquil un centro anti estrés que permita deshacerse del mismo, de una manera diferente por lo que tenemos un nicho de mercado que podemos explotar.

2. Basándonos en las encuestas realizadas a 400 personas se obtuvo información acerca de las inquietudes o sugerencias de temas de interés para todas las personas, de tal manera pudimos determinar que nuestro proyecto tendrá aceptación en el mercado.

Los resultados que obtuvimos fueron que la gente si está interesada en que sus inquietudes sobre nuevas metodologías y maneras diferentes de buscar la solución a este problema, por lo que se mostraron interesadas en conocer más acerca de nuestro proyecto.

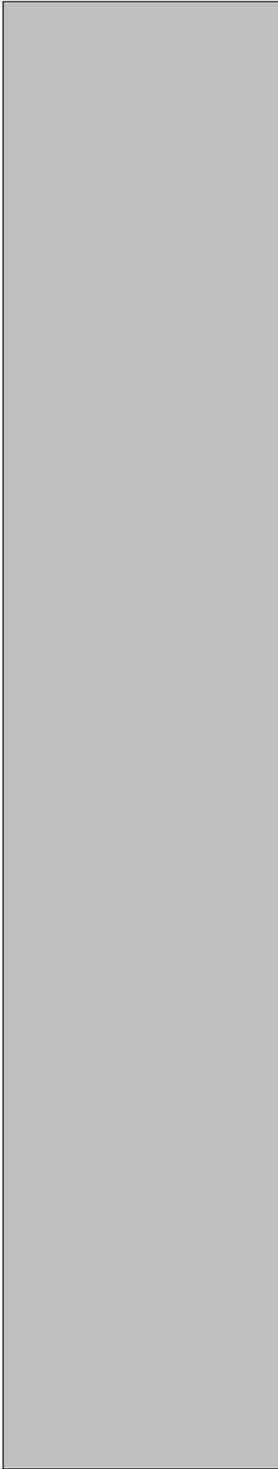
3. Nuestro proyecto en los estados financieros, durante el periodo de un año no arroja resultados favorables, por lo que es un proyecto de inversión y la rentabilidad se adquiere cuando el sitio sea ya reconocido en el medio, una vez posicionado en el mercado las expectativas como empresa serán grandes.

6.2 RECOMENDACIONES

1. Es importante que nuestro centro anti estrés produzca una consolidación a mediano y largo plazo, para lograr una mayor segmentación del mercado, de esta manera ir creciendo paulatinamente y poder llegar a ser un centro solucionador de problemas para la vida estresante de la comunidad.

2. Brindar continuamente a los futuros usuarios información que les pueda ser útil para satisfacer todas sus necesidades. Es importante darle seguimiento a los usuarios de nuestro centro y verificar cual es el servicio que día a día ha sido mayormente consumido por los usuarios.

3. Una vez posicionado INNOVA S.A. en nuestro medio, las empresas podrán realizar alianzas estratégicas donde les brindaremos un buen servicio e imagen. Siempre estaremos buscando una mayor variedad en nuestros servicios para que el cliente siempre este trabajando con nosotros y cumplir con sus expectativas.



CAPÍTULO 7
BIBLIOGRAFIA

7 BLIOGRAFÍA

www.aeromental.com

www.kirainet.com

www.viajeajapon.com

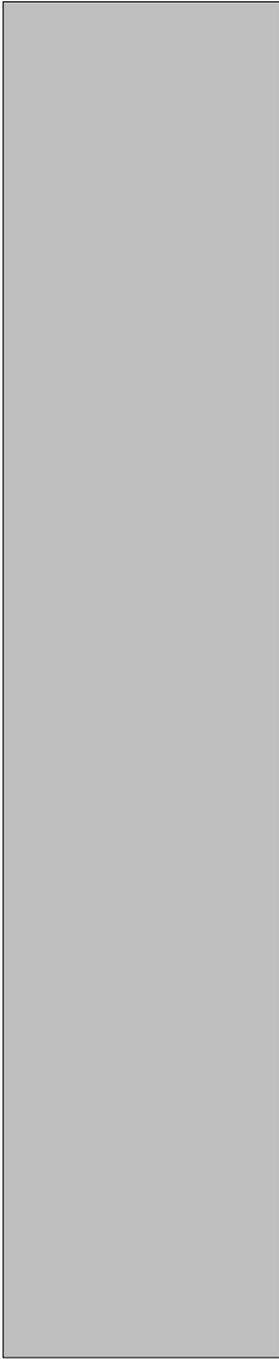
www.centrodeapoyoapa.org

www.estresyansiedad.com/index.htm

www.centrodeapoyoapa.org

www.sodexhopass.com.mx/magazine/jul-ago/jul-ago/pdfs/tema6.pdf

www.desestressarte.com



ANEXOS

8 ANEXOS

8.1 ANEXO 1 SEGMENTACIÓN DEL MERCADO

FIGURA 2-2.

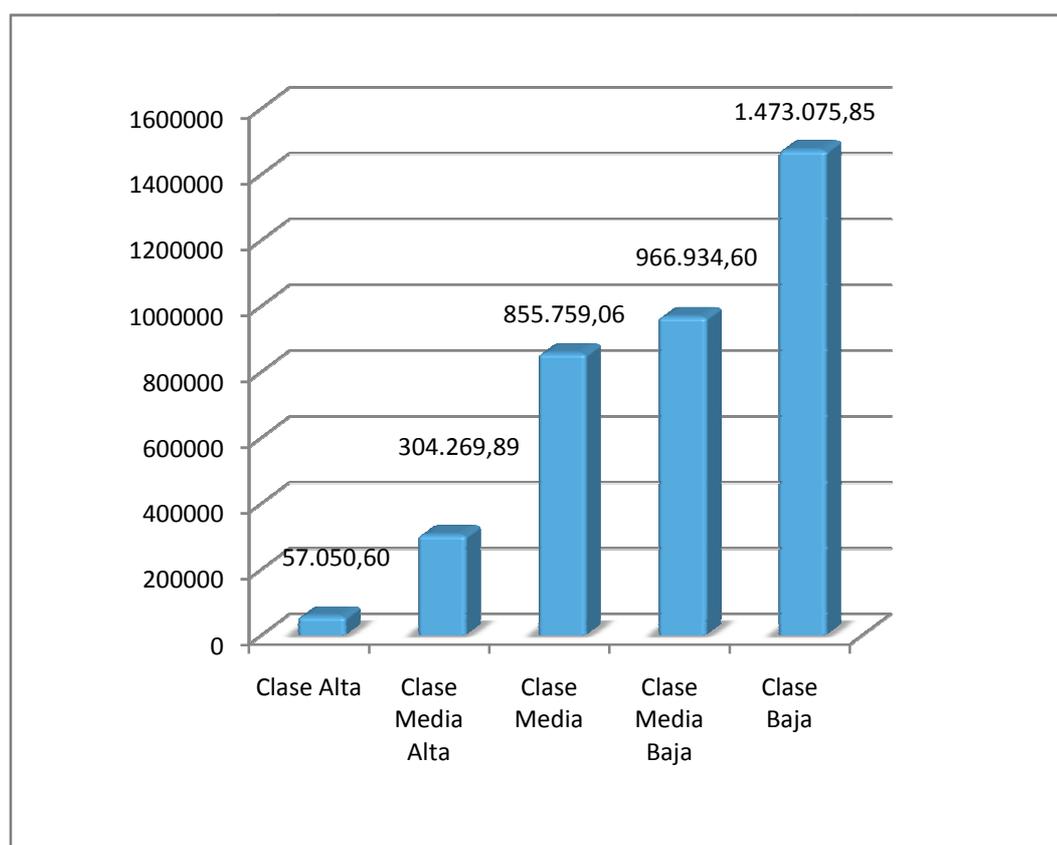


Tabla 8-1. POBLACIÓN TOTAL SEGUN CLASES SOCIALES DEL GUAYAS

Fuente Inec; Elaborado por los autores

8.2 ANEXO 2 MERCADO OBJETIVO

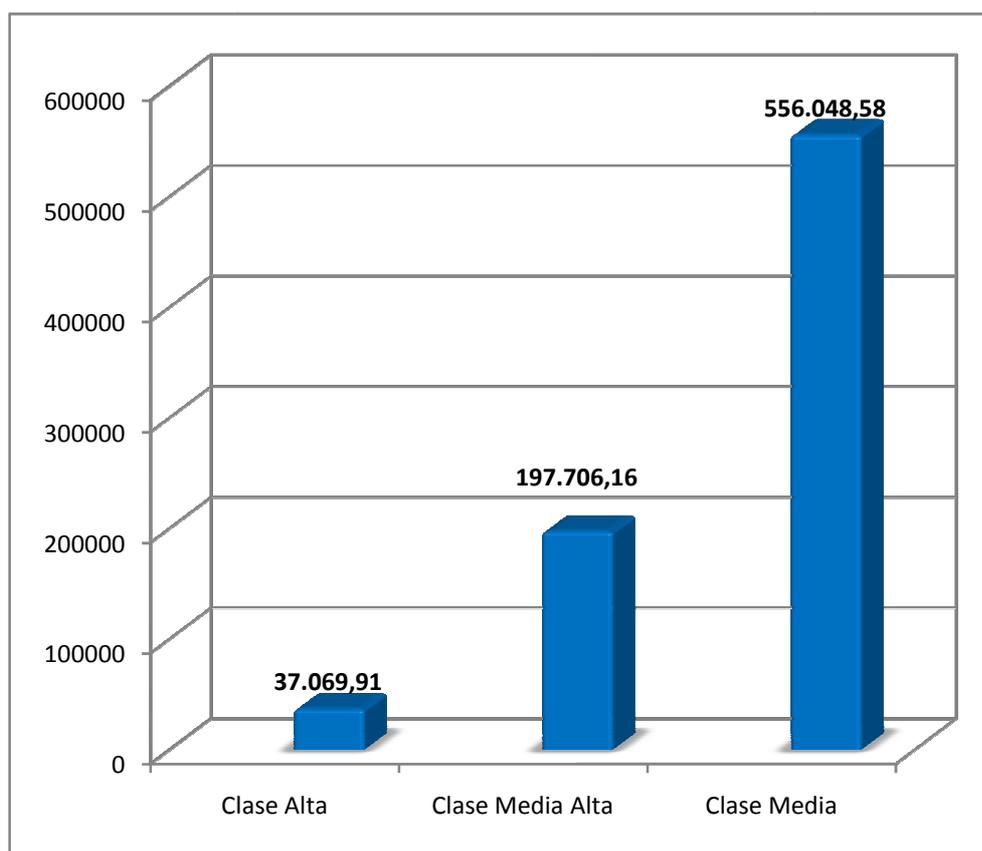


Tabla 8-2. POBLACION DE CLASE ALTA, MEDIA ALTA Y MEDIA DE GUAYAQUIL COMPRENDIDA ENTRE 18 – 69 AÑOS

8.3 ANEXO 3 DISEÑO DE LA ENCUESTA

La siguiente encuesta será utilizada para evaluar la preferencia de los encuestados hacia la utilización de los servicios *ANTI ESTRÉS*. Por favor, lea atentamente las preguntas y escoja sólo una opción. Si tiene inquietudes, no dude en consultar al encuestador.

1. Género:

Masculino () Femenino ()

2. Edad:

18 – 20 () 21 – 30 () 31 – 50 () 51 – 69 () Otra ()

3. Sector de Residencia en Guayaquil:

Norte () Sur () Este () Oeste () Otro ()

4. Considera que el estrés afecta negativamente a la salud:

Si () No ()

5. ¿Qué situación le ha producido en algún momento de su vida sentimientos de preocupación, ansiedad u otro tipo de malestar?

Responsabilidades Familiares ()

Responsabilidades Laborales ()

Responsabilidades Estudiantiles ()

Problemas Sentimentales ()

Otra ()

Indique el grado en que este de acuerdo con las siguientes actividades, que son posibles servicios a ofrecer. Encierre en un círculo el número que considere más apropiado según su criterio, utilizando la siguiente escala:

1 = De acuerdo

2 = Ni de acuerdo ni en desacuerdo

3 = Desacuerdo

- ❖ Talleres dedicados al desarrollo personal y a la superación de situaciones estresantes.

1 2 3

- ❖ Arrojar en una habitación cerrada tazas contra la pared, con la debida protección y de esta manera liberarse de la energía nerviosa.

1 2 3

- ❖ Gritar o llorar en una habitación cerrada, de tal manera que se intensifique el sonido y así liberarse de cargas acumuladas.

1 2 3

- ❖ Cantar, bailar o declamar con la pista deseada, en una habitación cerrada, luces radiantes y que su imagen se proyecte en la pared de la habitación.

1 2 3

- ❖ Golpear un saco de boxeo inflable de tal forma que se pueda desahogar, después de una jornada laboral estresante, antes de un examen o justo cuando acaba de ver que su equipo de fútbol a perdido.

1 2 3

- ❖ Musicoterapia

1 2 3

7. ¿Cómo le gustaría el ambiente para realizar las actividades poco comunes antes mencionadas?

Previamente decorado ()

Decorado de acuerdo a lo que solicite en la cita ()

8. ¿Le gustaría que los servicios mencionados anteriormente sean asesorados por un psicólogo especializado en el tema?

Si () No ()

9. ¿Estaría dispuesto a asistir a un Centro Anti Estrés de este tipo?

Si () No ()

8.4 ANEXO 4 EQUIPOS DE ESTUDIO TÉCNICO



Tabla 8-3. AMPLIFICADORES DE POTENCIA



Tabla 8-4. POYECTOR EPSON



Tabla 8-5. IMPRESORA LEXMARK



Tabla 8-6. COMPUTADORAS



Tabla 8-7. CAMARA DE VIGILANCIA

8.5 ANEXO 5 ORGANIGRAMA

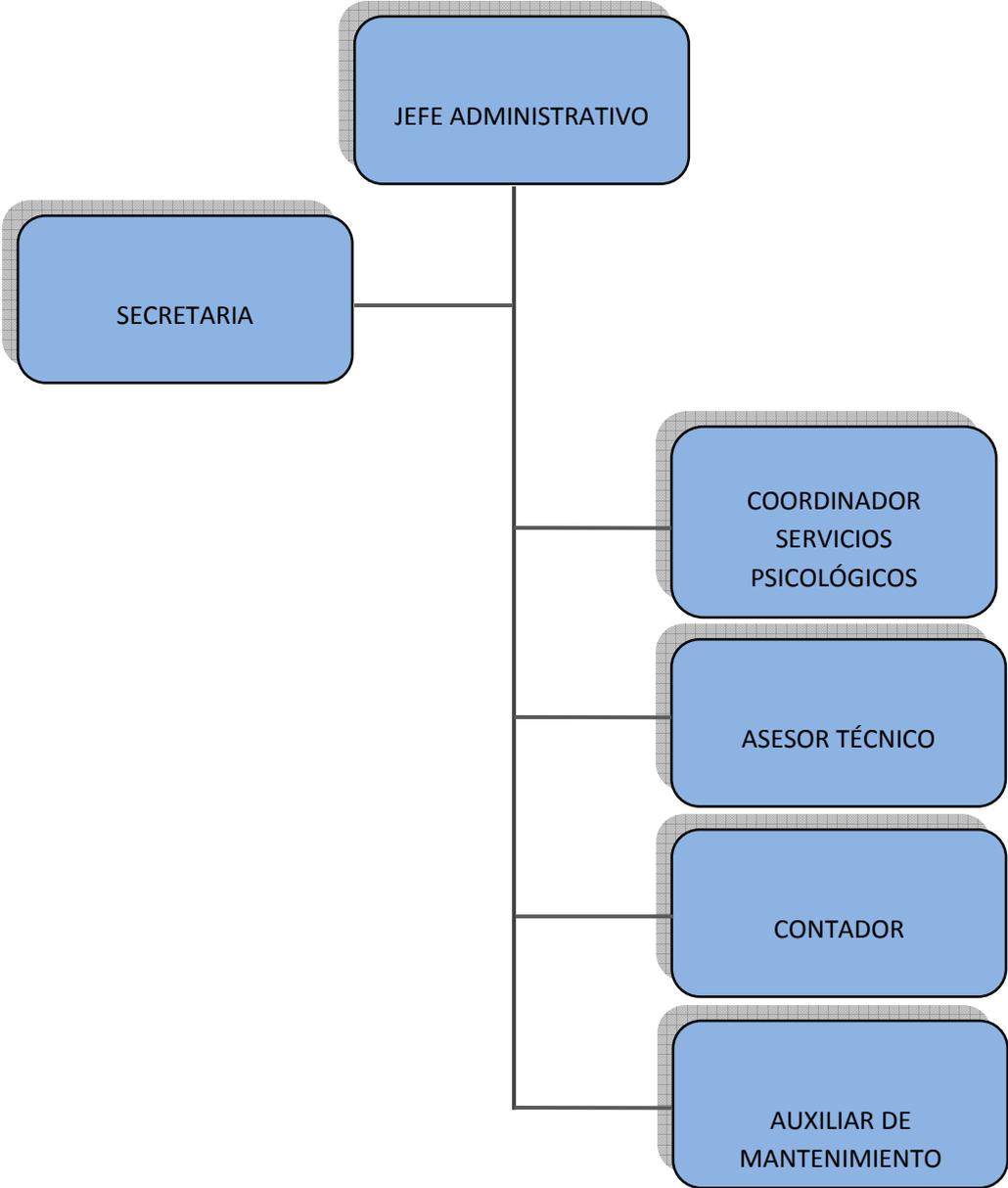


Tabla 8-8. Organigrama

8.6 ANEXO 6 INVERSIÓN INICIAL

Muebles y Equipos de Oficina / Computación

DESCRIPCIÓN	AÑO 0		
	Cant.	Costo	Total
Escritorio	6	300,00	1.800,00
Sillas	7	45,00	315,00
Amplificador	1	548,80	548,80
Infocus proyector	1	750,00	750,00
Impresora laser lexmark E120	1	86,24	86,24
Computadora Combo	4	392,00	1.568,00
Case - CPU	2	292,32	584,64
Switch KVM	1	45,92	45,92
Cable KVM	2	7,84	15,68
Switch 16 puertos	1	59,36	59,36
Bobina UTP Cat 5E	1	125,44	125,44
Caja Conectores	1	0,39	0,39
Cámaras Vigilancia (PAQUETE)	1	219,00	219,00
Central A/A	1	2.000,00	2.000,00
Extintor	3	40,00	120,00
Archivador	1	110,00	110,00
TOTAL	34		8.348,47

Gastos de Ambientación

DESCRIPCIÓN	AÑO 0		
			Total
Ambientación del Local			1.300,00
TOTAL	0		1.300,00

Gastos de constitución

DESCRIPCIÓN	AÑO 0		
			Total
Constitución de la Compañía			2.200,00
TOTAL	0		2.200,00

TOTAL INVERSIÓN			11.848,47
------------------------	--	--	------------------

RUBROS	AÑO 0
Inversión en Activos Fijos	8.348,47
Gastos de ambientación	1.300,00
Gastos de constitución	2.200,00

8.7 ANEXO 7 PROYECCIÓN DE VENTAS

AÑO1

#CLIENTES	SERVICIO	COSTO	TOTAL
18	TÉCNICAS ANTI ESTRÉS	\$ 25,00	450
12	TERAPIA PSICOLÓGICA	\$ 45,00	540
TOTAL			990
			3960
			47520

SEMANTAL
MENSUAL
ANUAL

AÑO2

#CLIENTES	SERVICIO	COSTO	TOTAL
22	ANTI-ESTRÉS	\$ 25,00	550
17	TERAPIA PROFESIONAL	\$ 45,00	765
TOTAL			1315
			5260
			63120

AÑO3

#CLIENTES	SERVICIO	COSTO	TOTAL
25	ANTI-ESTRÉS	\$ 25,00	625
20	TERAPIA PROFESIONAL	\$ 45,00	900
TOTAL			1525
			6100
			73200

AÑO4

#CLIENTES	SERVICIO	COSTO	TOTAL
28	ANTI-ESTRÉS	\$ 25,00	700
23	TERAPIA PROFESIONAL	\$ 45,00	1035
TOTAL			1735
			6940
			83280

AÑO5

#CLIENTES	SERVICIO	COSTO	TOTAL
32	ANTI-ESTRÉS	\$ 25,00	800
26	TERAPIA PROFESIONAL	\$ 45,00	1170
TOTAL			1970
			7880
			94560

8.8 ANEXO 8 PRESUPUESTO DE GASTOS

Presupuesto de Personal

DESCRIPCION	an	ANO 2		ANO 3			ANO 4			ANO 5					
		Sueldo	Total	Cant.	Sueldo	Total	Cant.	Sueldo	Total	Cant.	Sueldo	Total			
Jefe Administrativo	1	400,00	400,00	1	20,00	420,00	1	20,00	440,00	1	8,00	448,00	1	8,00	456,00
Contador	1	300,00	300,00	1	15,00	315,00	1	15,00	330,00	1	6,00	336,00	1	6,00	342,00
Asesor Tecnico	1	280,00	280,00	1	14,00	294,00	1	14,00	308,00	1	14,00	322,00	1	14,00	336,00
Mantenimiento	1	230,00	230,00	1	11,50	241,50	1	11,50	253,00	1	4,60	257,60	1	4,60	262,20
Secretaria recepcionista	1	250,00	250,00	1	12,50	262,50	1	12,50	275,00	1	5,00	280,00	1	5,00	285,00
Psicologo	1	500,00	500,00	1	25,00	525,00	1	25,00	550,00	1	10,00	560,00	1	10,00	570,00
			0,00												
Total Mensual	6		1.960,00	6		2.058,00	6		2.156,00	6		2.203,60	6		2.251,20
TOTAL ANUAL	6		23.520,00	6		24.696,00	6		25.872,00	6		26.443,20	5		27.014,40

Presupuesto Gastos de Administracion

DESCRIPCION		ANO 2		ANO 3		ANO 4		ANO 5		
		Total	% Incremento	Total	Incremento	Total	% Incremento	Total	%Incremento	
Energía Eléctrica		140,00	14,00	154,00	9,80	149,80	8,40	148,40	7,00	147,00
Agua Potable		20,00	2,00	22,00	1,40	21,40	1,20	21,20	1,00	21,00
Teléfonos		50,00	5,00	55,00	3,50	53,50	3,00	53,00	2,50	52,50
Arriendo		800,00	80,00	880,00	56,00	856,00	48,00	848,00	40,00	840,00
Permisos Municipales		150,00	15,00	165,00	10,50	160,50	9,00	159,00	7,50	157,50
Artículos de limpieza		40,00	4,00	44,00	2,80	42,80	2,40	42,40	2,00	42,00
Utiles de Oficina		30,00	3,00	33,00	2,10	32,10	1,80	31,80	1,50	31,50
Total Mensual		1.230,00	123,00	1.353,00	86,10	1.316,10	73,80	1.303,80	61,50	1.291,50
TOTAL ANUAL		14.760,00	1.476,00	16.236,00	1.033,20	15.793,20	885,60	15.645,60	738,00	15.498,00

Presupuesto Gastos Internet

DESCRIPCIÓN	AÑO 2		AÑO3		AÑO4		AÑO 5		
	Total	% Incremento	Total	Incremento	Total	%Incremento	Total	%Incremento	Total
INTERNET	60,00	6,00	66,00	4,20	64,20	3,60	63,60	3,00	63,00
Total Mensual	60,00	6,00	66,00	4,20	64,20	3,60	63,60	3,00	63,00
TOTAL ANUAL	720,00	72,00	792,00	50,40	770,40	43,20	763,20	36,00	756,00

Presupuesto Gastos de publicidad

DESCRIPCIÓN	ANO 2			ANO3			ANO4			ANO 5		
	Meses	Costo	Total	Meses	Costo	Total	Meses	Costo	Total	Meses	Costo	Total
Impresión - Repartición de Vola	2	220,00	440,00	3	11,00	33,00	4	11,00	44,00	5	4,40	22,00
Total mensual			36,67			2,75			3,67			1,83
TOTAL ANUAL			440,00			33,00			44,00			22,00

Total Presupuesto Mensual			3.286,67			3.479,75			3.539,97			3.572,83			3.607,53
---------------------------	--	--	----------	--	--	----------	--	--	----------	--	--	----------	--	--	----------

Total Presupuesto Anual			39.440,00			41.757,00			42.479,60			42.874,00			43.290,40
-------------------------	--	--	-----------	--	--	-----------	--	--	-----------	--	--	-----------	--	--	-----------

RUBROS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Costo Variable Mensual	3.286,67	3.479,75	3.539,97	3.572,83	3.607,53
Costo Variable Anual	39.440,00	41.757,00	42.479,60	42.874,00	43.290,40
Total Costos Fijos Mensuales	3.286,67	3.479,75	3.539,97	3.572,83	3.607,53
Total Costos Fijos Anuales	39.440,00	41.757,00	42.479,60	42.874,00	43.290,40

8.9 ANEXO 9 AMORTIZACIÓN Y DEPRECIACIÓN

AMORTIZACIÓN

RUBROS	VALOR	%	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	TOTAL
Gastos de constitución	2.200,00	20%	440,00	440,00	440,00	440,00	440,00	2.200,00
TOTAL AMORTIZACIÓN	2.200,00		440,00	440,00	440,00	440,00	440,00	2.200,00

DEPRECIACIÓN

Muebles y enseres

AÑO	VALOR INICIAL	VALOR RESIDUAL		VIDA UTIL (años)	VALOR A DEPRECIAR	% DEPRECIACIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	TOTAL
		%	VALOR									
1	2.225,00	10%	222,50	5	2.002,50	20,00%	400,50	400,50	400,50	400,50	400,50	2.002,50
TOTAL DEPRECIACIÓN	2.225,00		222,50		2.002,50		400,50	400,50	400,50	400,50	400,50	2.002,50

Equipos de computación

AÑO	VALOR INICIAL	VALOR RESIDUAL		VIDA UTIL (años)	VALOR A DEPRECIAR	% DEPRECIACIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	TOTAL
		%	VALOR									
1	3.235,67	10%	323,57	3	2.912,10	33,33%	970,70	970,70	970,70			2.912,10
TOTAL DEPRECIACIÓN	3.235,67		323,57		2.912,10		970,70	970,70	970,70	0,00	0,00	2.912,10

Equipos de Oficina

AÑO	VALOR INICIAL	VALOR RESIDUAL		VIDA UTIL (años)	VALOR A DEPRECIAR	% DEPRECIACIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	TOTAL
		%	VALOR									
1	2.887,80	10%	288,78	5	2.599,02	20,00%	519,80	519,80	519,80	519,80	519,80	2.599,02
TOTAL DEPRECIACIÓN	2.887,80		288,78		2.599,02		519,80	519,80	519,80	519,80	519,80	2.599,02