



ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DEL LITORAL
ESCUELA DE POSTGRADO EN ADMINISTRACIÓN DE
EMPRESAS
MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

TESIS DE GRADO PREVIA LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE:
MAGÍSTER EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

PLAN DE NEGOCIOS:

Samay SPA Mujer

Autor(es):

María del Carmen García Viteri

Francisco Valle Sánchez

María Alexandra Pauta

Directora:

Dra. Bessie Magallanes, MBA

Guayaquil – Ecuador

2011

MAESTRÍA EJECUTIVA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

PROMOCIÓN 13

ACTA DE SUSTENTACIÓN DE TESIS DE GRADO

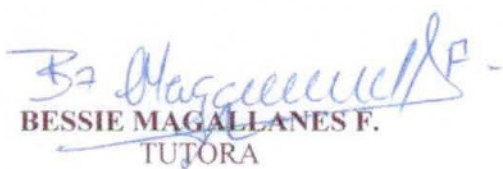
En la ciudad de Guayaquil, a los once días del mes de octubre de 2011, en el Auditorio de la **ESCUELA DE POSTGRADO EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS, ESPAE**, de la **ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DEL LITORAL, ESPOL**, sustentó su tesis de grado: **SAMAY- SPA Mujer** el Sr. **FRANCISCO ALFREDO VALLE SANCHEZ**, obteniendo la siguiente calificación:

Nombres	Nota promedio sustentación	Nota promedio documento escrito	Calificación Final

Actuaron como miembros del Tribunal los docentes: **Jacqueline Mejía L.**, **Felipe Rendón A.** y **Bessie Magallanes F.**, quienes firman a continuación:


JACQUELINE MEJÍA L.


FELIPE RENDÓN A.


BESSIE MAGALLANES F.
TUTORA

MAESTRÍA EJECUTIVA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

PROMOCIÓN 13

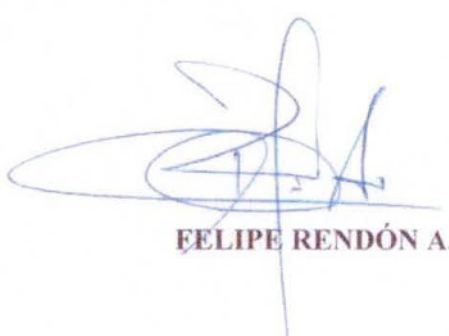
ACTA DE SUSTENTACIÓN DE TESIS DE GRADO

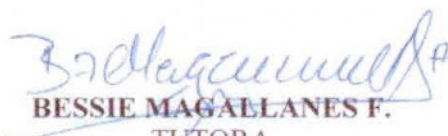
En la ciudad de Guayaquil, a los once días del mes de octubre de 2011, en el Auditorio de la **ESCUELA DE POSTGRADO EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS, ESPAE**, de la **ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DEL LITORAL, ESPOL**, sustentó su tesis de grado: **SAMAY- SPA Mujer** la Srta. **MARIA DEL CARMEN GARCIA VITERI**, obteniendo la siguiente calificación:

Nombres	Nota promedio sustentación	Nota promedio documento escrito	Calificación Final

Actuaron como miembros del Tribunal los docentes: **Jacqueline Mejía L.**, **Felipe Rendón A.** y **Bessie Magallanes F.**, quienes firman a continuación:


JACQUELINE MEJÍA L.


FELIPE RENDÓN A.


BESSIE MAGALLANES F.
TUTORA

MAESTRÍA EJECUTIVA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

PROMOCIÓN 13

ACTA DE SUSTENTACIÓN DE TESIS DE GRADO

En la ciudad de Guayaquil, a los once días del mes de octubre de 2011, en el Auditorio de la **ESCUELA DE POSTGRADO EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS, ESPAE**, de la **ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DEL LITORAL, ESPOL**, sustentó su tesis de grado: **SAMAY- SPA Mujer** la Srta. **MARIA ALEXANDRA PAUTA BUENAÑO**, obteniendo la siguiente calificación:

Nombres	Nota promedio sustentación	Nota promedio documento escrito	Calificación Final

Actuaron como miembros del Tribunal los docentes: **Jacqueline Mejía L.**, **Felipe Rendón A.** y **Bessie Magallanes F.**, quienes firman a continuación:


JACQUELINE MEJÍA L.


FELIPE RENDÓN A.

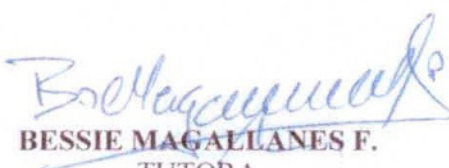

BESSIE MAGALLANES F.
TUTORA

TABLA DE CONTENIDO

RESUMEN EJECUTIVO	8
CAPITULO 1	PRESENTACIÓN DE LA EMPRESA Y SU SERVICIO
1.1	ANTECEDENTES
1.2	NATURALEZA DEL NEGOCIO
1.3	CULTURA CORPORATIVA DEL NEGOCIO
1.3.1	DESCRIPCIÓN GENERAL DEL SERVICIO
1.3.2	NECESIDAD A SATISFACER
1.3.3	DESCRIPCION DEL SERVICIO
1.3.4	DIFERENCIACIÓN E INNOVACIÓN
1.3.5	PROPUESTA DE VALOR
CAPITULO 2	ANÁLISIS DEL MERCADO
2.1	ANÁLISIS DEL SECTOR Y DE SAMAY SPA MUJER
2.1.1	<i>PRESENTACIÓN DE LA EMPRESA Y SU SERVICIO</i>
2.1.2	<i>PERSPECTIVA DEL SECTOR.</i>
2.1.3	<i>DIAMANTE DE PORTER</i>
2.1.4	<i>BARRERAS DE ENTRADA</i>
2.2	ANÁLISIS DEL MERCADO PROPIAMENTE DICHO
2.2.1	SERVICIOS
2.2.2	CLIENTES
2.2.3	COMPETENCIA
2.2.4	TAMAÑO DEL MERCADO
CAPITULO 3	ANÁLISIS FODA
CAPITULO 4	PLAN DE MARKETING
4.1	ESTRATEGIA DE PRECIOS
4.2	ESTRATEGIA DE VENTA
4.3	ESTRATEGIA PROMOCIONAL
4.4	ESTRATEGIA DE DISTRIBUCIÓN
4.5	POLÍTICAS DE SERVICIOS
4.6	TÁCTICAS DE VENTAS
4.7	PLANES DE CONTINGENCIA

CAPITULO 5	ANÁLISIS TÉCNICO	37
5.1	ANÁLISIS DEL SERVICIO	37
CAPITULO 6	ANÁLISIS ADMINISTRATIVO	39
6.1.1	GRUPO EMPRESARIAL	39
6.1.2	PERSONAL EJECUTIVO	39
6.1.3	ORGANIZACIÓN	40
6.1.4	EMPLEADOS	40
6.1.5	ORGANIZACIONES DE APOYO	41
CAPITULO 7	ANÁLISIS LEGAL, SOCIAL Y AMBIENTAL	41
CAPITULO 8	ANÁLISIS ECONÓMICO Y FINANCIERO	42
8.1	PREMISAS 2011:	42
8.1.1	FINANCIAMIENTO	42
8.1.2	INVENTARIO DE INSUMOS Y SUMINISTROS DE SPA	43
8.1.3	SUMINISTROS DE OFICINA Y CÓMPUTO	43
8.1.4	DE LA ADMINISTRACIÓN Y PERSONAL	44
8.1.5	INVERSIÓN (CAPITAL SOCIAL)	44
8.1.6	DE LAS CUENTAS POR PAGAR Y PROVEEDORES	44
8.1.7	COSTOS ESTIMADOS	45
8.1.8	DEPRECIACIONES	45
8.1.9	VENTAS	45
8.1.10	SEGUROS	45
8.1.11	MANTENIMIENTO DE EQUIPOS	46
8.1.12	SERVICIOS ADICIONALES	46
8.1.13	OTROS GASTOS ESTIMADOS SOBRE VENTAS:	46
8.2	PREMISAS AÑOS 2012 Y 2013:	46
8.2.1	VENTAS	46
8.2.2	SUMINISTROS DE OFICINA Y CÓMPUTO	47
8.2.3	DE LA ADMINISTRACIÓN Y PERSONAL	47
8.2.4	INVERSIÓN	47
8.2.5	DE LAS CUENTAS POR PAGAR Y PROVEEDORES	48
8.2.6	DATOS ESTIMADOS	48

8.2.7	DEPRECIACIONES	48
8.2.8	VENTAS	49
8.2.9	SEGUROS	49
8.2.10	MANTENIMIENTO DE EQUIPOS	49
8.2.11	SERVICIOS ADICIONALES	49
8.2.12	OTROS GASTOS ESTIMADOS	50
8.3	PRESUPUESTO	50
8.4	ESTADO DE SITUACION INICIAL	50
8.4.1	ESTADO DE SITUACION INICIAL AL 31 DE MAYO 2011	51
8.4.2	ESTADO DE SITUACION AL 31 DE DICIEMBRE 2011	52
8.5	FLUJO DE EFECTIVO PROYECTADO	53
8.6	ESTADO DE RESULTADOS	53
8.7	BALANCE GENERAL	53
8.7.1	BALANCE INICIAL AL 31 DICIEMBRE, 2012	54
8.8	INDICADORES	55
CAPITULO 9	ANÁLISIS DE RIESGOS E INTANGIBLES	56
9.1	PUNTO DE EQUILIBRIO	56
9.2	ANALISIS DE SENSIBILIDAD	57
CAPITULO 10	EVALUACIÓN INTEGRAL DEL PROYECTO	59
CAPITULO 11	CRONOGRAMA DE IMPLEMENTACIÓN DE SAMAY SPA MUJER	60
APENDICES		64
APENDICE N° 1	CENSO NACIONAL ECONOMICO 2010	65
APENDICE N° 2	"ENCUESTA SERVICIOS DE SPA"	66
APENDICE N° 3	RESULTADOS OBTENIDOS DE LA ENCUESTA	69
APENDICE N° 4	PROPUESTA DE VALOR	73
APÉNDICE 4.1.	MATRIZ DE COMPORTAMIENTO DE ELECCION DE COMPRA – KOTLER	73
APÉNDICE 4.2.	MATRIZ DE CREACIÓN DE VALOR DE PORTER	74
APÉNDICE 4.3.	CADENA DE VALOR DE SAMAY SPA MUJER	75
APENDICE N° 5	MATRIZ DE ANALISIS FODA	80
APENDICE N° 6	MAPA ESTRATEGICO	87

APENDICE N° 7	ANALISIS DE COSTO Y FIJACION DE PRECIOS	88
APÉNDICE 7.1.	MAESTRA DE COSTO DE SERVICIOS	88
APÉNDICE 7.2.	ANALISIS DE CAPACIDAD DE LAS LINEAS	99
APÉNDICE 7.3.	CALCULO DEL PVP	103
APÉNDICE 7.4.	APORTE INICIAL	104
APÉNDICE 7.5.	ESTADO DE SITUACIÓN INICIAL - AL 31 DE MAYO DEL 2011	105
APÉNDICE 7.6.	FINANCIAMIENTO	106
APÉNDICE 7.7.	GASTOS DE OPERACIÓN	107
APÉNDICE 7.8.	FLUJO DE CAJA AL 31 DE DICIEMBRE 2011	109
APÉNDICE 7.9.	ESTADO DE SITUACIÓN AL 31 DE DICIEMBRE , 2011	110
APÉNDICE 7.10.	CALCULOS DE GESTION AL 31 DE DICIEMBRE DE 2012. VOLUMEN DE VENTAS, AÑO 2012	112
APÉNDICE 7.11.	DEPRECIACIÓN DE ACTIVOS	113
APÉNDICE 7.12.	CALCULO DE SEGUROS	115
APÉNDICE 7.13.	CALCULO DE CARTERA POR COBRAR – AÑO 2012	115
APÉNDICE 7.14.	CALCULO DE CARTERA POR PAGAR – AÑO 2012	116
APÉNDICE 7.15.	CALCULO DE IVA POR PAGAR –AÑO 2012	117
APÉNDICE 7.16.	PREMISAS 2011	118
APÉNDICE 7.17.	FLUJO DE EFECTIVO PROYECTADO, AÑO 2012	124
APÉNDICE 7.18.	ESTADO DE RESULTADOS AL 31 DE DICIEMBRE, 2012	126
APÉNDICE 7.19.	BALANCE INICIAL AL 31 DE DICIEMBRE DEL 2012	128
APÉNDICE 7.20.	TABLA DE AMORTIZACIÓN DEL FINANCIAMIENTO BANCARIO	130
APÉNDICE 7.21.	PRESUPUESTO DE EMPLEADOS	136
APÉNDICE 7.22.	GASTOS DE OPERACIÓN	138
APÉNDICE 7.23.	DEPRECIACIÓN DE EQUIPOS	140
APÉNDICE 7.24.	MOBILIARIO	141
APÉNDICE 7.25.	DISTRIBUCIÓN DE ÁREAS	142
APÉNDICE 7.26.	PREMISAS 2012/2013	144
APÉNDICE 7.27.	CÁLCULOS DE GESTIÓN AL 31 DE DICIEMBRE, 2013	149
APÉNDICE 7.28.	CALCULO DE SEGUROS	152
APÉNDICE 7.29.	CÁLCULO DE CARTERA POR COBRAR AL AÑO 2013	153

APÉNDICE 7.30.	CALCULO DE CARTERA POR PAGAR, AÑO 2013	153
APÉNDICE 7.31.	CALCULO DE IVA POR PAGAR, AÑO 2013	155
APÉNDICE 7.32.	CÁLCULO DEL WAAC	156
APÉNDICE 7.33.	ANÁLISIS DE ESCENARIO, AÑO 2012	157
APÉNDICE 7.34.	ESTADO DE RESULTADOS, FLUJO DE CAJA PROYECTADO, VAN, TIR	160
APÉNDICE 7.35.	ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD PARA EL PROYECTO SAMAY SPA MUJER	162
APENDICE N° 8	DISEÑO DE INSTALACIONES SAMAY SPA	164
APENDICE N° 9	CRONOGRAMA DE EJECUCION PROYECTO SAMAY SPA MUJER – JUL/11-ENE/12	166
APENDICE N° 10	PROCEDIMIENTO DE SELECCIÓN Y CONTRATACION DE EMPLEADOS	167
APENDICE N° 11	PERFIL DEL CARGO	170
APENDICE N° 12	ORGANIGRAMA SAMAY SPA	171
APENDICE N° 13	ASPECTOS LEGALES	172
APENDICE N° 14	TASA ESPERADA DEL PROYECTO (WACC)	173
ANEXOS		174
ANEXO N° 1	EQUIPO UTILIZADO PARA LIMPIEZA FACIAL	175
ANEXO N° 2	EQUIPO PHOTOCARE Y MASCARAS PARA TRATAMIENTOS FACIALES	198
ANEXO N° 3	EQUIPOS PARA MASAJES, TRATAMIENTOS CORPORALES & REDUCTORES.	206
ANEXO N° 4	CERAS DEPILATORIAS	225
ANEXO N° 5	EQUIPO PARA DEPILACION VPL ULTRAPLUS	227
ANEXO N° 6	CABINA AQUAFLY	233
ANEXO N° 7	MANUAL PARA LA ATENCIÓN DE USUARIOS RESPECTO DE RECLAMOS EN EL PAGO DE UTILIDADES (MINISTERIO DE RELACIONES LABORALES)	243
ANEXO N° 8	MODELO DE CONTRATO DE TRABAJO A PLAZO FIJO	250
ANEXO N° 9	MODELO DE CONTRATO EVENTUAL DE TRABAJO	255
ANEXO N° 10	TASAS DE INTERES BCE	259
BIBLIOGRAFÍA		260

AGRADECIMIENTO

Al Señor que nos guía y fortalece hasta el momento en que le encontramos sentido a las cosas, o no encontramos el punto de equilibrio a pesar de que todo era “ceteris paribus”. Cuando nadábamos en los mares de números y nos ahogábamos en el flujo y aun así encontrábamos el balance. Gracias Señor porque pudimos encontrarnos a nosotros mismos luchando con los comportamientos y los “no cheating”, los autores, el pescado y el mercado.

Gracias porque encontramos como hacer responsabilidad social en el lugar menos esperado y solo impulsado por el espíritu, claro está que las estadísticas indican que los números y las finanzas no son tan parecidos.

Ahora preparados para seguir sabemos que tenemos la red social que nos une a los amigos y profesores de la EMAE XIII, que siempre estarán presentes en nuestros corazones.

Gracias a la Directora de tesis Dra. Bessie Magallanes, cuyo soporte y dedicación fue clave para desarrollar este plan de negocios.

Gracias a nuestras Familias que también pasaron momentos difíciles, pero que no nos dejaban rendirnos y nos impulsaron y animaron a avanzar.

Finalmente a nuestros amigos cercanos, jefes y colaboradores que estuvieron pendientes de nuestros avances, nos dieron ideas y participaron en este proceso.

Gracias a todos ustedes y a nuestros corazones valientes, este camino ha sido maravilloso.



RESUMEN EJECUTIVO

Samay SPA Mujer, diseñado como Centro de Bienestar, Belleza y Salud de la Mujer Guayaquileña ejecutiva, pone a su disposición un ambiente armonioso con soluciones para mantener y mejorar su imagen personal y eliminar el estrés. Lograremos que la Mujer sienta bienestar, descanso, cuidado de su cuerpo, disfrute de preciosos momentos, a través de un variado paquete de servicios con el respaldo de equipos modernos y alta tecnología de la conocida marca española SORISA, y productos Esteé Lauder, New York, USA.

La necesidad de este tipo de servicios surge debido a que la imagen se ha convertido en un factor decisivo que a su vez genera un motivo más de carga de stress de la vida cotidiana, las mujeres buscan cada vez verse y sentirse bien por lo que crea la necesidad de utilizar este tipo de servicio, que actualmente ha tenido un incremento sostenido desde el año 2000 del 22% según el último censo económico.

“Salud es un estado de bienestar físico, mental y social; y no solo se refiere a la ausencia de enfermedad” (Organización Mundial de la Salud), por tal razón la fidelidad de los clientes y la atracción de nuevas, las captaremos a través de nuestro servicio diferenciado consistente en Asesoría **gratuita en Salud preventiva, Nutrición y Charlas Orientativas de Salud y Bienestar**, manejado con un plan de marketing vía internet, redes sociales y eventos.

La rentabilidad de este negocio está estimada en US\$0,49 por cada dólar invertido, una TIR de 20,88% y un VAN de \$ 303,738.83 proyectados a ocho años, mostrando la viabilidad del negocio con una recuperación de la inversión a partir del cuarto año. Para asegurar la calidad de las instalaciones y servicios se hace necesario lograr el financiamiento de la inversión inicial US\$ 396,403.21 y una aportación de los accionistas de US\$ 75,000.

Para comodidad de los clientes contaremos con servicio de cafetería light, salón de espera y tienda SPA, de manera que su corta espera por el servicio resulte un descanso o simplemente sea un lugar para compartir un grato momento. Nuestro compromiso es hacer realidad la visión del negocio y recibir a clientas encantadas de disfrutar preciosos momentos en Samay SPA Mujer.

CAPITULO 1 PRESENTACIÓN DE LA EMPRESA Y SU SERVICIO

1.1 Antecedentes

Samay¹ SPA Mujer nace al observar a la Mujer Moderna enfrentando situaciones diversas que le ocasionan cansancio y stress los mismos que le afectan en su estado de ánimo y que necesita eliminarlos para conservar su frescura e imagen.

Ofrecemos un lugar con servicios de relajación corporal y mental, donde ella encontrará soluciones para disipar su stress, sentirse mimada y cuidada, con diferentes alternativas en Salud preventiva, Tratamientos de Relajación y Belleza, atendidos por especialistas, de manera personalizada y con planes diseñados a su necesidad.

Contamos con personal profesional capacitado para atender a los clientes, personal administrativo enfocado en la optimización de los recursos y la cadena de valor de Samay.

Contamos con profesionales del ramo que brindaran asesoría en la implementación del negocio, habilidades y conocimientos administrativos que permitirán llevar a cabo este proyecto.

1.2 NATURALEZA DEL NEGOCIO

Nombre jurídico de su compañía: SAMAY S.A.

Razón comercial: SAMAY - Centro SPA Mujer.

Ubicación geográfica: Kennedy Norte, dado que este es el requerimiento de preferencia de nuestros potenciales clientes.

¹ Samay para los Incas significa Descansar- *“volver a la armonía corporal, reconstituir los elementos integrantes del organismo y liberar el mundo psíquico y mental superior del plano físico”, tomado de <http://www.cosmovisionandina.org/ensenanzas/samay.html> - Ago. 01 de 2011*

Líneas de servicios: Tenemos proyectado ofrecer servicios en tres ámbitos de la Mujer Moderna: Bienestar, Relajación y Belleza, en forma integral:

- **Bienestar:** Orientación, Nutrición, Hábitos Saludables, Salud Preventiva, Campañas de Control, Mamas, Menopausia, Métodos anticonceptivos.
- **Relajación:** Aromaterapia, Masoterapia (masaje linfático, masaje anti estrés, masaje reductor), Hidroterapia y Baño sauna.
- **Belleza:** **Cosmetología**, Embellecimiento de manos y pies, Tratamientos faciales, Tratamientos corporales.

1.3 CULTURA CORPORATIVA DEL NEGOCIO

- **Visión**

En el 2020, ser la empresa de servicios líder en el cuidado del bienestar físico, mental y social de los clientes que residen en las ciudades de Guayaquil, Quito y Cuenca.

- **Misión**

Lograr que la Mujer sienta bienestar, descanso y cuidado de su cuerpo y mente disfrutando de preciosos momentos en nuestro Centro SAMAY SPA.

- **Valores**

Los valores que nos caracterizan son valores personales como Honestidad, Confidencialidad, Respeto, Transparencia, Calidad y Mejora Continua.

1.3.1 DESCRIPCIÓN GENERAL DEL SERVICIO

1.3.2 NECESIDAD A SATISFACER

Acorde con un estudio realizado en nuestro país por la revista IPSA GROUP, indican que 9 de cada 10 personas consideran importante el cuidado personal.² Mientras que en una investigación realizada por el INEC indican que los ecuatorianos invierten más de 25 millones de dólares en cuidados personales extras y además señala que este mercado está en crecimiento.³

Según la revista PULSO ECUADOR en el país se destina un promedio mensual de 22,5 millones de dólares en la compra de artículos de aseo personal y belleza, según datos de la consultora Pulso Ecuador.

ÍO Spa recibe un promedio de 2.500 clientas en el mes ha aumentado el número de servicios a más de 80, ofreciendo lo último en tecnología y tratamientos estéticos. También ofrecen paquetes especiales con tratamientos entre \$ 6 hasta los \$ 70 y para los más complejos superan los \$ 100.⁴

Dado que nuestro plan de negocio está enfocado en satisfacer las necesidades de belleza, salud y relajamiento de la mujer ejecutiva, encontramos datos en el INEC que nos indican que en el cantón Guayaquil en el área urbana tenemos una población de 966,578 mujeres de las cuales el 42% son económicamente activas de las cuales ocupadas formales son 167,041 mujeres (38%).⁵

Según el Censo Nacional Económico 2010, el 74% de este tipo de servicios esta Guayaquil respecto de la Provincia del Guayas, el 18% de este tipo de servicios esta Guayaquil respecto al Ecuador, el 22% ha sido el crecimiento anual promedio desde el año 2000 de este tipo de servicios en el Guayas, el 23% de este tipo de servicios está en la provincia del Guayas respecto al Ecuador. (Ver APENDICE N° 1 **CENSO NACIONAL ECONOMICO 2010**, Pág. 65).

²Revista Ipsa Group. (2010, Mayo-Junio). *La Imagen Si Importa*. Recuperado el 20 de Julio de 2010, de <http://www.ipsa.com.ec/revistas.htm>

³Tomala, J.R., Alcivar, B.G., & Jarrín, P.C. (2009, Junio 29). *Demanda*. Recuperado el 25 de Julio de 2010, <http://www.dspace.espol.edu.ec/bitstream/123456789/5707/1/Proyecto%20de%20Inversion%20para%20la%20Implementaci%20n%20de%20una%20cadena%20de%20servicios%20esteticos.pdf>

⁴ Diario El Universo, (2011, Junio 29) <http://www.eluniverso.com/2007/05/25/0001/9/6390CCE2B4264A5187B714D67C5C4B6E.html>.

⁵Ecuador, INEC. (2010). *Indicadores Mercado Laboral Diciembre 2010*. Recuperado el 28 de Enero de 2011. http://www.inec.gob.ec/web/guest/ecu_est/est_soc/enc_hog/enemdu

Otro estudio indica que el 17% de las mujeres económicamente activas (ocupadas formales), están en posiciones de Jefaturas y Gerencias⁶. De lo anterior mi mercado objetivo será el 17% de 167,041 es decir 28,397 mujeres.

Para determinar los gustos y preferencias de este mercado, realizamos una encuesta (Ver APENDICE N° 2 **"ENCUESTA SERVICIOS DE SPA"** Pág. 66) a mujeres con el siguiente perfil: mayores de 30 años, económicamente activas, ocupando posiciones de Jefaturas y Gerencias, la cual nos mostro que de 91 mujeres encuestadas, 65 (71%) tenían como prioridad asistir a un SPA mientras que para las 26 mujeres (29%) no era prioritario. (APENDICE N° 3 **RESULTADOS OBTENIDOS DE LA ENCUESTA**, Pág. 69 , pregunta # 1).

De las 65 mujeres que asisten al SPA el 89% (57 mujeres) van de 1 a 2 veces por semana para recibir servicios como: limpieza y tratamientos faciales, masajes, depilaciones, métodos reductores, tratamientos corporales, relajación y cuidado y tratamiento de belleza y de la piel. Los días preferidos son sábados, jueves y martes mientras que los días menos visitados son los días domingo y lunes.

De las 91 mujeres encuestadas 78 (90%) dijeron que si estarían dispuestas a obsequiar el servicios de SPA como tarjeta de regalo.

Adicionalmente la encuesta mostró necesidades no cubiertas por los SPA a las que ellas asisten. De las 91 mujeres, 53 (58%) indicaron que les gustaría recibir los siguientes servicios: cafetería light, requieren áreas de salas de espera o descanso confortable, piden una boutique con productos de cosmetología, asesoría sobre nutrición, solicitan asesoría o charlas en imagen y cuidado personal y nos indicaron que requieren integrar el servicio de salón de belleza: mientras que 38 (42%) no hizo comentario alguno.

⁶ Revista Deloitte. (2009,Junio). *Madres Ejecutivas en el Ecuador*. Recuperado el 08 de Enero de 2011, de http://www.deloitte.com/assets/Dcom-Ecuador/Local%20Assets/Documents/1_Informativo%20Gerencialjunio09.pdf

Así mismo las preferencias de lugar de las encuestadas nos indican que el sector Kennedy Norte es el más apropiado. (APENDICE N° 3 **RESULTADOS OBTENIDOS DE LA ENCUESTA**, Pág. 69 , pregunta # 12).

La encuesta nos indica que los clientes están dispuestas a pagar por los paquetes de servicios ofrecidos entre \$ 72 y \$ 176 requeridos con una frecuencia de una a dos veces por semana (APENDICE N° 3 **RESULTADOS OBTENIDOS DE LA ENCUESTA**, Pág. 69 , pregunta # 8 y 3 respectivamente).

El servicio diferenciador que atraerá a los clientes tales como asesorías y/o charlas gratuitas en nutrición, salud y bienestar fue bien recibido (APENDICE N° 3 **RESULTADOS OBTENIDOS DE LA ENCUESTA**, Pág. 69 , pregunta # 9, 10 y 11)

Finalmente a través de la encuesta se observa la necesidad de una zona confortable con una Cafetería Light incorporada para que los clientes puedan consumir bebidas y bocadillos mientras esperan su turno o como punto de reunión de amigas.

1.3.3 DESCRIPCION DEL SERVICIO

Dentro de las líneas de servicios ofrecidos tenemos:

1. **Belleza:** Servicios de tratamientos y limpiezas faciales, depilación Tratamientos corporales y métodos reductores.
2. **Relajación:** Servicios de Masajes, terapia anti-estrés.
3. **Bienestar:**
 - a. Asesoría gratuita en Salud preventiva,
 - b. Asesoría en Nutrición y
 - c. Charlas Orientativas de Salud y Bienestar.
4. **Tarjeta de regalo:** con un cupo y vigencia establecida para ser utilizado en cualquier línea de servicio.
5. **Cafetería Light:** Servicio de bebidas y bocadillos
6. **Tienda de productos Spa.-** Area de exhibición y compra de productos y accesorios spa utilizados en nuestro establecimiento.

Beneficios: Como beneficios tenemos cuidado de la piel, relajamiento, cuidado de imagen personal, mitigar el estrés, reducir y controlar peso, sentirse cuidada, consentida y pensar en ellas.

Precio: Mantener precios competitivos en función del mercado actual y resultado del análisis de la encuesta de lo que el cliente está dispuesto a pagar.

Políticas de Servicio: enfocada en el cliente a través de:

- Estricto control sobre los procesos internos
- Contar con personal profesional especializado
- Mantener excelente comportamiento en los colaboradores
- Crear un ambiente acogedor a través de instalaciones adecuadas y servicio amigable y de calidad.
- Mantener bien informado al cliente
- Manejar un servicio rápido y oportuno

Creemos que el verdadero servicio radica en una buena comunicación para lo cual la opinión del cliente es fundamental ya que nos permite direccionar la estrategia en pos de la creación de valor para este.

Política de Promociones: Las promociones que aplicaran en la propuesta de negocio están orientadas a incrementar la demanda y la fidelidad del cliente a través de:

- Servicios nuevos para clientes frecuentes de manera gratuita
- Descuentos en la adquisición de más de dos paquetes promocionales.
- Mantener promociones en fechas especiales como temporada Playera, Día de la Madre, Fin de Año y Eventos sociales (Novias, Quinceañeras etc.)
- Por la presentación de nuevas clientes se hace acreedora a un lunch gratuito en la Cafetería Light.

Política de Operaciones: Se fundamenta en la habilidad para el manejo de las operaciones enfocándonos en:

- Respeto del tiempo que maneja el cliente
- Instalaciones y equipos que generen confianza en el cliente,

- Manejo de Normas de Higiene y Salud.
- Contar con equipos modernos
- Personal de colaboradores calificado
- Calidad en los productos utilizados en los diferentes servicios.

1.3.4 DIFERENCIACIÓN E INNOVACIÓN

La entrega de un servicio de calidad enfocado en el bienestar es un **potente diferenciador** que anticipa las necesidades del mercado actual. Acorde con la Organización Mundial de la Salud “El bienestar es un estado donde el individuo es consciente de sus propias capacidades, puede afrontar las tensiones normales de la vida, puede trabajar de forma productiva y fructífera y es capaz de hacer una contribución a su comunidad”. Es ahí donde Samay Spa Mujer entra con un servicio que provea al cliente de esta experiencia convirtiéndose esto en un proyecto innovador, por reunir técnicas y terapias, protocolos propios y productos específicos para su bienestar, todo ello dentro de un entorno diseñado para este propósito. Las propuestas de bienestar de Samay –Spa Mujer se basa en:

- La demanda social, cada vez más preocupada imagen y salud mental en plena era del estrés.
- El uso de técnicas, terapias y productos que inciden directamente en las emociones, la actitud y en el cuerpo con un equipo de profesionales capacitados para este fin.
- un servicio eminentemente preventivo a la vez que placentero.

Para satisfacer esta demanda ofrecemos a la Mujer la oportunidad de contar con **asesoría gratuita en Salud preventiva, Asesoría en Nutrición y Charlas Orientativas de Salud y Bienestar.**

Nuestro objetivo es mantener un cuidado preventivo de su Salud en las diferentes etapas de su vida activa, al recibir orientación en Nutrición, Hábitos Saludables, Salud Preventiva, Campañas de Control, Mamas, Menopausia, Métodos anticonceptivos, con lo cual se podrá dar cuenta a tiempo de las señales de su cuerpo y así estar alerta sobre posibles enfermedades. Todo esto

hace que se convierta en un servicio complementario a los que normalmente ofrecen los centros SPA tradicionales quienes están focalizados en la belleza física y la relajación.

Al estar combinada el cuidado del cuerpo y la relajación con una atención personalizada lograremos que la mujer se sienta mimada y cuidada, con lo cual este estado de bienestar le permitirá manejar el balance vida - trabajo y reducir el stress.

Como complemento a este marco de bienestar incorporaremos un area de espera confortable la cual tendrá incorporada una cafetería light y una tienda boutique con diferentes productos de SPA y accesorios.

Estos servicios de Spa también los ofrecemos en tarjetas de regalo, que pueden ser adquiridas para obsequiar en todo momento.

1.3.5 PROPUESTA DE VALOR

Del análisis de la matriz de comportamiento de elección de compra (Kotler), (Ver Apéndice 4.1, **MATRIZ DE COMPORTAMIENTO DE ELECCION DE COMPRA – KOTLER**, Pág. 73) vemos que la adquisición de los servicios de SPA se ubica en el cuadrante de la Afectividad, donde la decisión de compra se basa en emociones de autorrealización y autoestima, cuya compra requiere planificación. El cliente EVALUA los beneficios, se **INFORMA** de las diferentes ofertas de servicio en el Mercado y finalmente **DECIDE** ir al lugar elegido. Por lo anterior el cliente **no busca** "maquillarse, que le den un masaje y/o le den un consejo", lo que quiere conseguir es **¡VERSE Y SENTIRSE BIEN!**

Una persona sana tiene una actitud proactiva que la hace eficiente y productiva en su ambiente laboral, social, y familiar. Esta imagen impacta también positivamente en el medio en que se desenvuelve inspirando a otros a seguirlo, no así una persona que se siente cansada y estresada va a descuidar su imagen mostrando mal humor, impaciencia y frustración que lo llevaran a influir negativamente en cualquier ámbito en que se desenvuelva. Es por ello que **la propuesta busca satisfacer la necesidad de salud, relax y belleza** así como también **resolver el problema del estrés** que se genera por diferentes motivos proporcionándole a nuestros clientes mejorar su estado de ánimo y confianza.

Del análisis de la matriz de Creación de Valor (Porter), (Ver Apéndice 4.2, **MATRIZ DE CREACIÓN DE VALOR DE PORTER**, Pág. 74) la estrategia para crear valor se ubica en el cuadrante de concentración o enfoque especialista, esto quiere decir que debemos enfocarnos en la creación de valor sin descuidar el precio, lo que implica diferenciación y liderazgo de costos dirigidas solamente a la población objetivo (mujeres ejecutivas con cargos de jefatura y gerencia), logrando que ellas sientan a nuestro servicio como excepcional, flexible y adaptable a sus necesidades, por lo que las ofertas de servicio se adaptan a sus expectativas.

De los análisis realizados desarrollamos la **cadena de valor de SAMAY SPA Mujer** que muestran las actividades necesarias para lograr una ventaja competitiva potencial. (Ver Apéndice 4.3, **CADENA DE VALOR DE SAMAY SPA MUJER**, Pág. 75).

CAPITULO 2 ANÁLISIS DEL MERCADO

2.1 ANÁLISIS DEL SECTOR Y DE SAMAY SPA MUJER

2.1.1 PRESENTACIÓN DE LA EMPRESA Y SU SERVICIO

SAMAY, Centro SPA Mujer es una empresa dedicada a la Belleza, Salud y Bienestar de la Mujer integrando el concepto de prevención y orientación en la salud de la mujer en sus diferentes etapas.

La oferta de orientación y asesoría en Cuidado preventivo de la Mujer acompañado de los servicios tradicionales de un SPA, permitirán a la mujer aplicar el tratamiento y controles adecuados a sus necesidades.

La orientación está diseñada para ofrecerles programas de asesoría de riesgos potenciales que se pueden presentar en la mujer, Charlas y

Campañas de Control, así como también un enfoque en nutrición y vida sana equilibrada con su entorno.

El sistema de ejecución se realizará como un agregado sin costo a los clientas de 15 minutos adicionales al tiempo programado y es opcional, En casos de requerir asistencia programada específica o tratamientos se le orientará para una consulta médica externa.

2.1.2 PERSPECTIVA DEL SECTOR.

“Nueve de cada diez personas considera importante el cuidado personal lo que confirma la potencialidad de esta categoría. Estas personas consideran importante el cuidado personal debido a que les mejora el estado de ánimo, es importante para relacionarse con otras personas y le da seguridad para alcanzar sus metas.

Esto quiere decir que el cuidado personal está ligado a factores emocionales y sociales.

El éxito de los SPA radica en su continuo cambio de enfoque ajustándose siempre a las necesidades actuales. Inicialmente este servicio se enfocaba en eliminar el stress, ahora el enfoque se ha extendido incluyendo el factor de la belleza, lo que ha permitido ampliar su atractivo” (Revista Ipsa Group, 2010, Mayo-Junio. p.11)

De las 65 encuestadas cuya prioridad es asistir a un spa más del 80% muestran interés por la propuesta diferenciadora (bienestar) y adicionalmente encontramos que de las 91 encuestadas, 53 mujeres mostraron interés por otros servicios que actualmente no los reciben de los Spa a los cuales ellas asisten. Por lo antes dicho el poder de negociación de los clientas es bajo ya que estamos en capacidad de cubrir sus necesidades. Podemos decir que por la alta demanda observada en la encuesta no hay evidencia de un servicio sustituto al servicio diferenciador ofrecido.

2.1.3 **DIAMANTE DE PORTER**

Para el análisis del sector utilizamos esta herramienta para evaluación de objetivos y recursos de SAMAY SPA Mujer frente a las fuerzas que impactarán en la rentabilidad a largo plazo.

1. NUEVOS COMPETIDORES

Acorde al último censo económico la incorporación de nuevos negocios que se relacionan con la actividad de la belleza y relajación muestra un incremento del 78% en el periodo 2009 – 2010, lo que muestra un crecimiento muy alto de este tipo de negocios, que de acuerdo a nuestro análisis esto se debe a:

- Barreras de entrada: no hay una normativa y/o reglamentación clara para este tipo de negocios lo que incentiva el surgimiento de este tipo de negocios
- Mercado o segmento atractivo: el crecimiento del sector esta incentivando este tipo de negocios. Inclusive se abren locales pequeños con servicios de peluquería y cosmética.
- Ventajas absolutas en coste: la informalidad en el diseño de las instalaciones (no hay estándares) en centros de belleza.
- Ventajas en la curva de aprendizaje: empleados que salieron de este tipo de negocios para iniciar el suyo propio.
- barreras de salida: los costos de retirarse son muy elevados.

2. RIVALIDAD ENTRE LOS COMPETIDORES

- Están bien posicionados: vinculo de confianza y amistad entre empleado y cliente.
- Son numerosos: hay gran cantidad y están enfocados ya sea en belleza y/o relajación. Dharma spa es lo más cercano a nuestro negocio.
- Guerra de precios: los establecimientos de belleza de barrio compiten con los centros Spa.
- Publicidad agresiva: el fácil acceso a las redes sociales de negocios que

promueven ideales de belleza están generando cada vez más consumidores por lo que las tácticas de venta son más agresivas.

- Promociones: surgen en épocas bajas tratando de cubrir costos fijos
- Productos nuevos: Debido a la gran variedad de marcas en productos inclusive para aplicarlos en casa.
- Ubicación: Los locales de los competidores están cerca de los clientes y en lugares de fácil acceso.
- Visión futura: La mayoría de los competidores no explotan sus servicios ni se publicitan y no toman en cuenta la demanda futura, en otras palabras no realizan Investigación de Mercado.

3. PODER DE NEGOCIACION DE PROVEEDORES

- Organización de proveedores: distribuyen de manera organizada sus productos a toda la competencia.
- Recursos: manejo de economías de escala por lo que manejan los costos del mercado.
- Precio: Por ser marcas muy reconocidas y posicionadas condicionan el tamaño del pedido y el precio manejando pedidos mínimos.
- Suministros claves: los negocios tienen mucha dependencia de los productos suministrados por los proveedores.
- Productos Sustitutos: Hay diferentes tipos de productos y calidad de los mismos impactando en los costos de los servicios.
- Grado de diferenciación: gama amplia de los productos del proveedor y para todo requerimiento y más baratos pero con menos calidad.

4. PODER DE NEGOCIACION DE COMPRADORES

- Organización de clientes: Clientas bien informados, siempre andan en la búsqueda de nuevas opciones para mejorar la belleza e imagen personal.
- Aceptación de servicio: hay baja fidelidad debido a las múltiples alternativas que presenta el mercado lo que hace cambiar las preferencias de los clientes por ejemplo acuden al salón de belleza del barrio por asunto de costos.

- Reducción de precios: en épocas bajas buscan otras alternativas como menor costo o más calidad al mismo precio o más servicios por el mismo precio, no les importa cambiarse de marca.
- Concentración de clientas: relación de amistad y confianza entre cliente y empleado.

5. SERVICIOS SUSTITUTOS

- Comprador: se inclina a sustituir debido a las alternativas que el mercado presenta para satisfacer la demanda así como variedad de precios.
- Centros estéticos: están incorporando a más del tradicional servicio de cosmetología sesiones de masajes, peluquería y terapias de relajación y en algunos casos depilación laser
- Salones de belleza: servicios de peluquería con algo de cosmetología
- Centros deportivos: relajación con el uso de maquinarias
- Centros espirituales: relajación a través de la meditación, yoga, etc.
- Parques: Se observan más programas de relajación a través de caminatas, ciclo paseos.

2.1.4 **BARRERAS DE ENTRADA**

Las siguientes barreras de entrada han sido analizadas e incorporadas al mapa estratégico de SAMAY Spa Mujer:

1. **ECONOMÍA DE ESCALA:**

- **ESTRATEGIA:** ALTOS VOLUMENES / PRECIOS BAJOS, a la competencia le será difícil alcanzarnos por nuestros precios.
- **Plan de acción:**
 - Aliarnos con centros de asesoría de imagen.
 - Atender otro segmento de mercado de mujeres que tengan tiempo para ser atendidas todos los días por las mañanas.

2. DIFERENCIACIÓN DEL SERVICIO

– **ESTRATEGIA:** DIFERENCIACION Y POSICIONAMIENTO.

A la competencia le será difícil alcanzarnos ya que el enfoque será en el área de la afectividad donde la decisión de compra se basa en emociones de autorrealización y autoestima. Se ofrecerá un servicio eminentemente preventivo a la vez que placentero que lleve al cliente a un estado de verse y sentirse bien.

– **Plan de acción:**

- Ambientes amplios y acogedores con equipos de primera
- Asesoría gratuita sobre salud preventiva de la mujer
- Monitoreo gratuito en nutrición
- Charlas orientativas gratuitas de Salud y Bienestar
- Tarjeta de regalo
- Area de cafetería y tienda
- Gama de servicios y flexibilidad para satisfacer a los clientes más exigentes.

3. INVERSIONES DE CAPITAL

– **ESTRATEGIA:** MANEJAR FUERTES RECURSOS FINANCIEROS, limitará a los pequeños negocios debido a que estos no podrán invertir en nuevos activos vitales para mantenerse en el negocio y/o ampliarse

– **Plan de acción:**

- Infraestructura diseñada para cada tipo de tratamiento.
- TIC: pagina web como medio de acceso al lugar y servicio, a mas de ayudar a la reducción de costos y a establecer barreras tecnológicas para competidores potenciales
- Comercialización: publicidad, organización y actualización
- RRHH: profesionales certificados
- FLEXIBILIDAD financiera para aprovechar oportunidades de mercado y también enfrentar las variaciones en los mercados.

4. DESVENTAJA EN COSTOS INDEPENDIENTEMENTE DE LA ECONOMÍA DE ESCALA.

- **ESTRATEGIA:** TENER VENTAJAS EN COSTOS QUE NO PUEDEN SER EMULADAS POR LA COMPETENCIA. Limitará a la competencia sea esta grande y/o pequeña así utilice economía de escala
- **Plan de acción:**
 - Alianzas con los proveedores para mantener exclusividad de los productos y/o equipos utilizados
 - Ubicación del local en la zona de Kennedy Norte
 - Experiencia mejor servicio y menor desperdicio.

5. POLÍTICA DE GOBIERNO

- **ESTRATEGIA:** CUMPLIMIENTO DE LAS NORMATIVAS Y/O REGULACIONES GUBERNAMENTALES. Se limitan y/o impiden el ingreso de nuevos competidores y se dificultan las operaciones de los ya establecidos
- **Plan de acción:**
 - Obtención de certificaciones de calidad y Responsabilidad Social Empresarial.
 - Cumplimiento con políticas de seguridad, medio ambiente y obligaciones tributarias.

2.2 ANÁLISIS DEL MERCADO PROPIAMENTE DICHO

2.2.1 SERVICIOS

Dentro de los servicios que vamos a ofrecer a la clientela tenemos:

1. **Limpiezas faciales.** Procedimiento por medio del cual se eliminan impurezas de la superficie de la piel, con el auxilio de productos y

equipos especializados SORISA⁷ como el BELEX -08 el cual usa procedimientos de electro estética facial así como también productos de la marca Estée Lauder. (Anexo # 1, Pág. 175).

2. **Tratamientos faciales-Equipo Belex- Equipo Photocare.** Son aquellos cuidados específicos para la piel tales como: anti acné, antiarrugas, desincrustantes, hidratación, limpieza de cutis y reafirmación. Para realizar estos tratamientos vamos a utilizar el equipo BELEX-08 el cual usa tecnología de alta Frecuencia, Brossage, Crioterapia, Electroterapia, Galvánica, Pulverizador, Vacuum (Anexo # 1, Pág.175) y aplicación de mascarar para control de acné, reafirmación e hidratación combinadas con fototerapia utilizando el equipo Photocare de la marca SORISA. (Anexo # 2, Pág. 198)

3. **Masajes, tratamientos corporales & reductores – EQUIPOS DERMOHEAT /IMPACT/ PRESOR 03**

El masaje se define como el conjunto de movimientos sistemáticos manuales o mecánicos practicados sobre los tejidos blandos del cuerpo humano. En tanto que el tratamiento corporal & reductor consiste en la aplicación de productos y uso de equipos para reducir la adiposidad localizada, celulitis, contracturas musculares, estrías, cicatrices, flacidez y remodelación corporal. Para realizar estos tratamientos vamos a utilizar el equipo DERMOHEAT el cual usa tecnología de Radiofrecuencia, Radioporación (Anexo # 3, EQUIPOS PARA MASAJES, TRATAMIENTOS CORPORALES & REDUCTORES. Pág. 206) y aceites esenciales con principios activos que aportan con elementos nutritivos, reafirmantes, antioxidantes y anti celulítico. Con el equipo IMPACT aplicaremos técnicas de Cavitación, Electroporación para lograr reducir la Celulitis y la flacidez corporal y finalmente con el PRESOR 03 a través de la presoterapia lograremos reducir el cansancio en piernas y lograr un drenaje de líquidos apropiado. (Anexo # 3, Pág.206)

⁷ SORISA.(2011). *Información corporativa*. Recuperado el 9 de marzo de 2011, <http://www.sorisa.es/esp/quienes.cfm?sec=1>

Los tipos de masajes que vamos a brindar son:

- **Masaje Reductivo:** Consiste en una serie de manipulaciones por medio de las cuales se eliminan los nódulos grasos para reducir medidas, logrando así una mejor apariencia y ayudando a la eliminación de toxinas y celulitis.
- **Masaje Facial:** El masaje facial beneficia la piel de la cara, ya que estimula la irrigación sanguínea de los tejidos, alimentando la piel. El masaje sirve para tonificar la piel y mantener la firmeza de los músculos subyacentes. Por otra parte, ayuda a mantener el funcionamiento normal de las glándulas sebáceas y sudoríparas.

4. **Depilación facial y corporal – EQUIPO VPL Ultraplus- Fotodepilación permanente**

Es una técnica que consiste en eliminar desde la raíz las vellosidades de áreas determinadas (facial y corporal) para controlar su crecimiento. Se realiza las depilaciones con ceras depilatorias (Anexo # 4, Pág. 225) o con la ayuda del equipo VPL Ultraplus que utiliza la tecnología de luz pulsada intensa. (Anexo # 5, Pág. 227)

5. **Relajación – EQUIPO AQUAFLY /EQUIPO GEOTER**

Una **técnica de relajación** es cualquier método, procedimiento o actividad que ayudan a una persona a reducir su tensión física y/o mental. Generalmente permiten que el individuo alcance un mayor nivel de calma reduciendo sus niveles de estrés, ansiedad o ira. La relajación física y mental está íntimamente relacionada con la alegría, la calma y el bienestar personal del individuo.

Algunos de los métodos pueden ser efectuados por el propio individuo pero otros requieren la ayuda de otra persona y es aquí donde Samay Spa brinda varios métodos como:

- **Masaje Relajante:** Recomendado para eliminar el estrés. Sobre las regiones corporales de interés mediante técnicas de suave movilización de tejido conjuntivo, presionando sobre los grupos musculares y consiguiendo una eliminación total de tensión. Su efecto será el equivalente a cuatro horas de sueño.
- **Masajes con Piedras Calientes – Equipo GEOTER:** Consiste en aplicar en puntos concretos del cuerpo piedras calientes de lava basáltica, y piedras frías de mármol o cuarzos. La diferencia de temperaturas ayuda a relajar los músculos y reduce dolores provocados por tensión.
- **Hidroterapia – Equipo AQUAFLY:** son varios tratamientos relajantes basados en el uso del agua como: baños de vapor, duchas filiformes, ducha Vichy, ducha manual, termoterapia, cromoterapia y aromaterapia. Para la implementación de este servicio utilizaremos la cabina AQUAFLY. (Anexo # 6, Pág. 233)

6. Asesorías en Salud preventiva, Nutrición y Charlas Orientativas de Salud & Bienestar

Consiste en asesorías gratuitas brindada por profesionales expertos en los siguientes temas:

- **Asesoría en salud preventiva de la mujer:** charlas sobre cáncer de mamas, estrés, presión arterial, cuidados de la piel, etc.
- **Asesoría en Nutrición y hábitos saludables**
- **Charlas orientativas gratuitas de salud y bienestar:** charlas de relajación, motivación, tratamientos con agua, aromaterapia, etc.

7. Tarjeta de regalo

Consiste en una tarjeta de uso similar a la tarjeta de crédito con un cupo y vigencia establecida para ser utilizado en cualquier línea de nuestros servicios.

8. Cafetería Light

Venta de Servicio de bebidas y bocadillos.

9. Tienda SPA

Venta de productos y accesorios SPA, ubicados cerca del area de acceso y cafetería.

2.2.2 CLIENTES

Estamos enfocados en mujeres ejecutivas ocupando cargos de jefaturas y gerencias, económicamente activas, de clase media y media-alta, quienes en su mayoría tienen 30 años o más.

La decisión de compra de este sector está basada en comodidad, sentido de bienestar, a cambio de dinero pagado y el modelo de negocio ofrecido es de consumo directo, donde las usuarias pueden hacer sus pagos en efectivo, cheque o tarjeta de crédito.

De las 65 mujeres (71%) que tienen como prioridad asistir a un spa, 34 (53%) va por belleza, 27 (41%) por relajación y por salud 2 (3%). Cabe resaltar que más de 52 mujeres (80%) han mostrado interés en nuestro servicio diferenciador de Asesoría y/o Charlas Gratuitas en Nutrición, Salud y Bienestar. Para evitar la falta de interés debemos enfocarnos en los resultados de la encuesta donde 55 mujeres (84%) no irían por personal sin experiencia, insalubridad, mal trato, áreas/equipos no funcionales, costos altos y productos de mala calidad.

De las 26 mujeres (29%) que no tiene como prioridad asistir a un Spa, 15 (55%) por que tienen otra alternativa (gimnasio, playa, paseo familiar, etc.), 6 (24%) no acuden por falta de presupuesto, 5 (21%) por falta de tiempo.

Nuestro servicio estará ubicado en el sector norte de Guayaquil, específicamente en Kennedy Norte (según resultado de la encuesta).

2.2.3 COMPETENCIA

Entre los establecimientos que ofrecen un servicio similar tenemos⁸: Dharma Spa, IO SPA, Esperanza Ferrá Soto, KORPPER, Aqua Vita, SPA 57, Steticare SPA, de los cuales Dharma Spa e IO Spa, son los más parecidos a nuestro negocio.

El segmento más atendido comprende Mujeres y hombres con edades entre 20 a 60 años de clase media hacia arriba.

La estrategia de precios observada va desde los 6 dólares y un acceso a más de 80 servicios en estos locales.

La demanda de este tipo de servicios ha tenido un crecimiento sostenido promedio del 22% desde el año 2000.

Como nuevos competidores observamos a los empleados que trabajaban para algún centro estético que debido a la demanda optaron por abrir su propio local.

Observamos a continuación el crecimiento de algunos competidores:

ÍO Spa:

- recibe un promedio de 2.500 clientas en el mes
- ha aumentado el número de servicios a más de 80
- ofrece lo último en tecnología y tratamientos estéticos.
- Tratamientos entre \$ 6 hasta los \$ 70 y para los más complejos superan los \$ 100.

Venecia Spa:

- Recibe unos 20 clientas que pagan hasta la suma de \$ 200 por el paquete para parejas.

Pharmacy's:

- Los servicios son totalmente gratuitos por la compra de productos de las marcas participantes en Zona Spa".

⁸ <http://www.eluniverso.com/2007/05/25/0001/9/6390CCE2B4264A5187B714D67C5C4B6E.html>, <http://www.eluniverso.com/2007/05/25/0001/9/BE8DBE1D23E7430AA91053B58943601B.html?p=9A&m=2349>, <http://www.quito.biz/entretenimiento/deportes/salud/45-noticias/1246-cadena-de-farmacias-pharmacyas-ya-cuenta-con-zona-spa>.

Servicios a domicilio:

- Ofrecen masajes corporales y mascarillas faciales a domicilio por la falta de recursos para alquilar un establecimiento y adquirir maquinarias, de baja inversión ya que utilizan un kit básico con diez diferentes cremas faciales a un costo de 300 dólares, adicionalmente un maletín con aceites, sales y otros productos para el cuerpo.

Dentro de los servicios ofrecidos encontramos un promedio de 50 Tratamientos/terapias que aplican los spa, aunque cada año adoptan nuevos procedimientos. Un paquete de servicios SPA tiene un costo aproximado de 250 Dólares.

De la encuesta realizada encontramos que de las 65 mujeres (71%) que tienen como prioridad asistir a un spa, 36 (56%) nos indicaron que sus preferencias están entre los siguientes competidores:

<u>CENTROS SPA</u>	<u>Personas</u>	<u>Porcentaje</u>
Dharma	14	20%
IO Spa	8	13%
Esperanza Ferra Soto	5	8%
Korpper	3	5%
Aqua Vita	3	5%
Steticare Spa	3	5%
Otros	29	44%

Por lo que observamos que el Dharma Spa está liderando el sector de la Salud y Belleza ya que cuenta con salas de masajes, faciales, hidroterapias, baños de vapor y duchas energizantes, nutricionistas para reducción de peso y eliminación de grasas, cuenta con un salón de belleza y solárium. Tienen tres establecimientos ubicados en Samborondón, Ceibos y Urdesa.

2.2.4 TAMAÑO DEL MERCADO

Dado que nuestro plan de negocio está enfocado en satisfacer las necesidades de belleza, salud y relajamiento de la mujer ejecutiva, encontramos datos en el INEC que nos indican que en el cantón Guayaquil en el área urbana tenemos una población de 966,578 mujeres de las cuales el 42% son económicamente activas de las cuales ocupadas formales son 167,041 mujeres (38%).⁹

Otro estudio indica que el 17% de las mujeres económicamente activas (ocupadas formales), están en posiciones de Jefaturas y Gerencias¹⁰. De lo anterior mi mercado objetivo será el 17% de 167,041 es decir 28,397 mujeres.

CAPITULO 3 ANÁLISIS FODA

Una vez realizado el análisis FODA (Ver APENDICE N° 5 **MATRIZ DE ANALISIS FODA**, Pág.80). Considerando el entorno interno de Samay SPA mujer, podemos identificar dentro de sus fortalezas, **los contactos y redes sociales** que nos permitirán llegar a las mujeres mayores de 30 años de clase media y media-alta económicamente activas que ocupan cargos de jefaturas y gerencias para posicionarnos como una alternativa en servicios de SPA. Así también contar con un **servicio diferenciado** enfocado en asesoría gratuita en salud preventiva, nutrición y Charlas Orientativas de Salud y Bienestar con atención personalizada a través de **personal calificado**. Así mismo se contará con un **area confortable de espera con Cafetería Light** que permitirá a los clientes sentirse en un ambiente cálido y relajado, sin descuidar la **actualización y mejora continua** que serán un pilar fundamental para lograr el mantenimiento de la calidad del servicio, apoyados siempre en el compromiso que tienen nuestros colaboradores y proveedores con Samay SPA mujer.

⁹Ecuador, INEC. (2010). *Indicadores Mercado Laboral Diciembre 2010*. Recuperado el 28 de Enero de 2011. http://www.inec.gob.ec/web/guest/ecu_est/est_soc/enc_hog/enemdu

¹⁰ Revista Deloitte. (2009,Junio). *Madres Ejecutivas en el Ecuador*. Recuperado el 08 de Enero de 2011, de http://www.deloitte.com/assets/Dcom-Ecuador/Local%20Assets/Documents/1_Informativo%20Gerencialjunio09.pdf

Conscientes de las debilidades tales como el requerimiento de **mucho personal calificado** por la variedad y exigencias que requieren nuestros clientes, sumado a que somos **nuevos en el mercado** representan un gran reto para la administración. Así mismo el riesgo de la **alta rotación del personal** ya que la competencia anda en busca de personas especializadas y con experiencia, como también que los mismos empleados buscan empezar sus propios negocios por el alto crecimiento que tiene esta gama de servicios, la limitación del financiamiento a través de créditos debido a que se requiere de una fuerte inversión y **capital de trabajo inicial** para arrancar este tipo de negocios hacen que las barreras de entrada sean altas.

El entorno externo nos revela dentro de las oportunidades la propuesta de **crear una alternativa en servicios de SPA** con su factor diferenciador y calidad en el servicio logrando así una mayor **captación de clientas por referencias dadas de una clientela satisfecha** y por la **variedad de servicios** recibidos. Así mismo nuestro crecimiento en ventas y publicidad nos ayudara a **potenciar nuestro crecimiento a través de franquicias entre los socios** siempre **enfocados en el beneficio y no en el precio** creando así valor para los clientes.

Conocedores de las amenazas tales como que el gobierno incremente las cargas impositivas a este tipo de servicios por **considerarlo un bien suntuario** y por ende **afectar la economía familiar** de los clientes obligándoles a cambiar sus preferencias buscando **mejores opciones en la competencia para un servicio similar**. Así mismo el **descuidar la variedad y calidad de servicio** y no cumplir con lo ofrecido daría como resultado que **los clientes cambien sus preferencias** y busquen otro establecimiento.

La estrategia consiste en elaborar una base de datos de clientas para su continuo seguimiento de sus gustos y preferencias, con el uso de una cuenta en Facebook, Twitter y pagina Web que servirán para mantener informados a los clientes de los diferentes servicios, paquetes, planes anuales de charlas y asesorías gratuitas para la mujer, promocionando así nuestro servicio con el uso de las redes sociales y referencias de los clientes. Se contará con una infraestructura de edificio para cada tipo de servicio incluyendo una sala de

espera con cafetería light así como también equipos modernos y multifuncionales para el manejo de varios servicios minimizando así la dependencia con el personal operativo. A través de paquetes promocionales incentivar a los clientes frecuentes para que traigan amigas a cambio de descuentos en los servicios que toman. Contar con personal altamente calificado, para dar un servicio personalizado, con capacitación continua en servicio al cliente, técnicas, y productos nuevos y terapias asociadas con el mundo de la belleza e imagen personal, generando un alto compromiso y capacidad en los colaboradores para responder a los retos y la buena aceptación en los servicios por parte de los clientes.

Por lo tanto la estrategia nos convertirá en líderes del sector de servicios de SPA captando este importante sector de mujeres ejecutivas de la clase media y media-alta con cargos de jefaturas y gerencias, sobre la base de una empresa que cree en su gente y su desarrollo con innovación, creatividad y un alto sentido de responsabilidad, preocupados en ofrecer un servicio de calidad para lo cual se llevarán a cabo todas aquellas acciones que logren posicionar la marca Samay SPA mujer en el mercado.

A partir de esta estrategia se ha generado el Mapa estratégico de Samay Spa Mujer (Ver APENDICE N° 6 **MAPA ESTRATEGICO**, Pág. 87) el cual presenta los objetivos y acciones para asegurar que la estrategia planteada se cumpla con éxito.

CAPITULO 4 PLAN DE MARKETING

El análisis realizado del Marketing Mix de SAMAY SPA Mujer, en función de las 4p y las 4C nos da como resultado las siguientes estrategias:

4.1 ESTRATEGIA DE PRECIOS

Precios del Mercado.- Se fijara el precio tomando como referencia los del mercado y los servicios similares ofrecidos. Por lo anterior el precio promedio de los servicios lo establecimos en \$25,00. La determinación de los costos y precios esta detallada en el APENDICE N° 7 , **ANALISIS DE COSTO Y FIJACION DE PRECIOS**, Pág. 88.

Políticas de Crédito.- A nuestros proveedores se les pedirá un crédito de 30, 60 días dependiendo eso si de los volúmenes solicitados. (Ver Apéndice 7.16 **PREMISAS 2011**, Pág. 118, punto 1.4)

Políticas de Descuentos.- Implementación de planes de descuento a los clientas frecuentes. A través de promociones innovadoras para atraer al cliente en forma novedosa y entretenida.

- ✓ Para los clientas que cumplen años se les dará descuentos especiales.
- ✓ Se manejara descuentos por presentación de nuevas clientas y por la adquisición de más de dos paquetes promocionales y por frecuencia (más de 10 sesiones en el año tiene opción a una sesión facial).
- ✓ El 95% de las ventas son de Contado y el 5% a crédito (tarjeta de crédito).

Punto de Equilibrio.- Es cuando los ingresos por ventas son exactamente igual a los costos. En nuestro caso para el primer año es 7.119 servicios que representan el 25% de la capacidad instalada de Samay. Arriba de esta cantidad tendremos el potencial de utilidades, mientras que debajo de esta cantidad tendremos el potencial de perdidas cubriendo los costos fijos.

4.2 ESTRATEGIA DE VENTA

En Samay Spa se ofrecerá servicios de tratamiento para el cuidado corporal y facial. Estos tratamientos estarán enfocados en mantener la juventud y el

bienestar de la mente & cuerpo por medio de un ambiente relajado y cómodo con atención personalizada, productos de calidad y personal capacitado.

Siendo la estrategia de venta el ofrecer las Asesorías Gratuitas en Salud Preventiva y Nutrición así como también las Charlas Orientativas de Salud y Bienestar que no están presente en la oferta actual de la competencia

También contaremos con el servicio de venta de Tarjetas Regalos y una Cafetería Light según preferencias de las encuestadas.

4.3 ESTRATEGIA PROMOCIONAL

Como estrategia de promoción que dé a conocer los diferentes tipos de tratamientos así como también de sus beneficios y consejos de salud, bienestar y belleza tenemos:

Página Web.- Página con toda la información sobre los diferentes tratamientos, propaganda, promociones, así como también una cuenta personal para que cada cliente acceda a su historial personal, realice reservaciones, pida consejos entre otros. El tener esta base de datos nos permitirá hacer seguimiento a los clientes sobre los servicios recibidos y tener estadísticas sobre los gustos y preferencias de nuestros clientes.

Revista.- Se contará con una revista informativa trimestral (tipo Yambal) para dar a conocer los distintos tipos de servicios, beneficios, equipos, tipos de productos utilizados en los diferentes tratamientos.

Facebook y Twitter.- Abrir foros sobre belleza, relajación y Bienestar en el cual los clientes den sus comentarios y experiencias sobre diversos temas. El uso de la tecnología celular es la mejor herramienta para persuadir a los clientes.

Eventos.- Participación en eventos, ferias de belleza y/o casa abierta para dar a conocer sobre los diversos tratamientos dados.

Posicionamiento de la Marca.- Para evaluar el comportamiento de elección de compra (Kotler) encontramos las principales estrategias a seguir:

- ✓ Mantener la **IMAGEN** como factor clave a través de un local acorde a la expectativa que se haya hecho el cliente que le generen confianza y seguridad.

- ✓ APROVECHAR las oportunidades en los ciclos y/o temporadas vendiendo productos adicionales y/o quitando las promociones en ciclos altos, mientras que en ciclos bajos incrementar las promociones.
- ✓ LLAMAR LA ATENCION de los clientes potenciales con servicios que los hagan querer saber más como: imágenes, exhibición de carteles y productos, temas relacionados a la belleza, salud y bienestar.
- ✓ DESPERTAR EL INTERES por entrar al establecimiento mostrando productos con la información de sus beneficios, temas actuales sobre verse y sentirse bien.
- ✓ GENERAR DESEO siendo proactivo, sociable, interesado y dando soluciones a los diferentes requerimientos de nuestros clientas.

4.4 ESTRATEGIA DE DISTRIBUCIÓN

Samay Spa proveerá sus servicios directamente en su establecimiento adecuado especialmente para cubrir las necesidades de las personas que gustan de recibir este tipo de tratamiento. El establecimiento estará ubicado en la Kennedy Norte. (APENDICE N° 3 , **RESULTADOS OBTENIDOS DE LA ENCUESTA**, pág. 69, pregunta # 12).

4.5 POLÍTICAS DE SERVICIOS

Como políticas de servicios tenemos:

- Utilizar productos de buena calidad, personal especializado, servicio personalizado.
- Se cuidará el aspecto de las instalaciones y equipos manteniendo su higiene, uso de material desechable siempre que sea posible, cambiando los blancos de las cabinas en cada tratamiento y utilizando colores claros en la decoración que den la sensación de limpieza y amplitud.
- La apariencia y atención de nuestro personal debe reflejarse a través del uso adecuado de su uniforme.
- Respeto de horarios establecidos.

4.6 TÁCTICAS DE VENTAS

Como tácticas de venta tenemos:

- Llamar la atención del cliente dándole toda la información de los servicios ofrecidos, beneficios, equipos e instalaciones y testimonios de clientes que gozan de los servicios adquiridos a través de las redes sociales y/o pagina Web.
- Despertar el interés del cliente guiándolo a través de preguntas concernientes a lo que le agrada, lo que le disgusta o acerca de sus esperanzas, temores y problemas (todo relacionado con lo que se está ofreciendo); de tal forma, que llegue por sí mismo a la conclusión de que necesita del servicio ofrecido.
- Despertar el deseo del cliente ayudando a que entienda que el servicio que se le está presentando, logrará la satisfacción de sus necesidades o deseos, o que será la mejor solución a sus problemas.
- Llevar al cliente a la decisión de tomar el servicio estableciendo las razones para comprar, basados en hechos y beneficios que satisfagan sus necesidades o deseos.

4.7 PLANES DE CONTINGENCIA

Acorde a la estrategia, para enero del 2012 se debería tener una infraestructura de edificio en la Kennedy Norte para cada tipo de servicio incluyendo una sala de espera con cafetería light así como también equipos modernos y multifuncionales para el manejo de varios servicios minimizando así la dependencia con el personal operativo. En caso de no contar con un local en el sector de la Kennedy la alternativa será Urdesa.

La inversión inicial será financiada por el Banco de Guayaquil (adquisición del terreno y construcción) y en el caso de no lograrse el financiamiento se recurrirá a préstamos con otras instituciones como el BIESS, CFN.

Para evitar perder la información de nuestro negocio contaremos con respaldos mensuales de la base de datos de clientas, (nombres, dirección, teléfono, celular, etc.), datos contables y financieros en medios digitales.

En el caso que no funcione la promoción de otorgar descuentos a cambio de traer amigas para que reciban nuestros servicios la contingencia será posicionarnos en la mente del consumidor a través de publicidad en las redes sociales para incentivar el consumo.

La selección del personal calificado se realizará con la ayuda de una empresa externa, de no lograrse contrataciones locales, se procederá a buscar personal extranjero de Colombia o Argentina por su alto grado de educación y especialización en el tema.

Inscribirnos en por lo menos una de las asociaciones de Spa a nivel de Latinoamérica para mantenernos al tanto de las últimas tendencias en servicios de Spa y al mismo tiempo contar con información que sea útil a nuestros colaboradores para mantenerse actualizados en el caso de que no podamos implementar programas de capacitación continua.

CAPITULO 5 ANÁLISIS TÉCNICO

5.1 ANÁLISIS DEL SERVICIO

Todos los servicios de Samay Spa se realizarán a través de equipos de la marca SORISA y utilizando productos de la marca Esteé Lauder¹¹ debido a que cumplen con normativas de calidad internacional lo que le dará la seguridad al cliente para utilizar nuestros servicios con confianza.

Samay Spa contará con las siguientes áreas de servicios. (Ver APENDICE N° 8 , **DISEÑO DE INSTALACIONES SAMAY SPA**, pág. 164):

¹¹ ESTEE LAUDER.(2011). *Información corporativa*. Recuperado el 20 de marzo de 2011, <http://espanol.esteeauder.com/index.tmp>

LINEA 1: Limpiezas y Tratamientos facial manuales

LINEA 2: Tratamientos Facial Belex

LINEA 3: Tratamientos Faciales con Equipo Photocare y Mascaras

LINEA 4: Tratamientos Corporales con Equipos Dermoheat

LINEA 5: Tratamientos Reductores con Equipo Impact

LINEA 6: Tratamientos Corporales Presoterapia con Equipos Presor 03

LINEA 7: Depilación EQUIPO VPL Ultraplus

LINEA 8: Hidroterapia AQUAFLY

LINEA 9: Spa GEOTER

LINEA 10: Jacuzzi

LINEA 11: Sauna

LINEA 12: Salón de belleza

Para cubrir las necesidades antes mencionadas se requiere de un área de construcción aproximada de 583 m² incluyendo todas los servicios básicos necesarios para su funcionamiento como agua, luz, teléfono, internet, sistema central de aire acondicionado) y servicios especiales como gas GLP, generador eléctrico.

Para mantener el standard de calidad de Samay contaremos con un programa de mantenimiento preventivo semestral de los equipos e instalaciones así como también registros de limpieza de equipos y entrenamiento de personal especializado.

La ejecución del proyecto esta soportada por un cronograma cuya fecha de inicio es Julio 2011 y finaliza en Enero 2012 (APENDICE N° 9 **CRONOGRAMA DE EJECUCION PROYECTO SAMAY SPA MUJER –JUL/11-ENE/12**, Pág. 166).

La política de Compra e inventario estará basada en mantener un stock mínimo de seguridad dependiendo de la rotación y rapidez de respuesta del proveedor, se estima que el inventario mínimo es el 10% del total de compras anuales.

CAPITULO 6 ANÁLISIS ADMINISTRATIVO

6.1.1 GRUPO EMPRESARIAL

El grupo empresarial conformado por tres socios que han unido sus habilidades en administración de empresas, manejo de personal, conocimientos de química y farmacia, ingeniería eléctrica, mantenimiento y manejo financiero del negocio. En la gestión o implementación del proyecto cada uno de los integrantes, en general, participará en igualdad de condiciones tomando decisiones en consenso.

La empresa contará con un Gerente General que administrará el negocio y presentará resultados a los accionistas.

Como Política de reparto de dividendos se entregará a los accionistas los beneficios obtenidos y manteniendo el cumplimiento de las reservas de ley.

Samay Spa repartirá a sus trabajadores el 15% de las utilidades netas que hubiera obtenido durante el año anterior (ANEXO N° 7, pág. 243) de conformidad con las disposiciones del Código del Trabajo-Artículo 97 y 105, hasta el 15 de abril de cada año¹²

6.1.2 PERSONAL EJECUTIVO

Para la contratación de personal en Samay Spa se firmara un contrato laboral a plazo fijo en el cual se indicará un periodo de prueba mínimo de 3 meses para luego extender el contrato a un año e indefinidamente (ANEXO N° 8, pág. 250) dependiendo de las evaluaciones de los colaboradores las mismas que se realizarán anualmente para medir su desempeño. Por otra parte en el caso que se requiera de personal eventual se procederá con la contratación con un plazo máximo de seis meses (ANEXO N° 9, pág. 255) de conformidad con las disposiciones de Código de Trabajo-Artículos del 11 al 20. ¹³

¹² Slideshare. (n.d.). Extraído el 19 de Marzo de 2011, desde <http://www.slideshare.net/guest6e2cc50/codigo-del-trabajo-de-ecuador-presentation>

¹³ Slideshare. (n.d.). Extraído el 19 de Mrazo de 2011, desde <http://www.slideshare.net/guest6e2cc50/codigo-del-trabajo-de-ecuador-presentation>

El sueldo y demás beneficios de ley de los colaboradores serán fijados de conformidad con las disposiciones del Código de Trabajo-Artículos del 79 al 133, vigente en el momento de la contratación. Adicionalmente todo colaborador de Samay Spa estará debidamente afiliado al IESS para que goce de todos los beneficios que esta institución brinda a sus afiliados (Préstamos Hipotecarios, Quirografarios, Atención Hospitalaria, etc.). (Ver Apéndice 7.21, **PRESUPUESTO DE EMPLEADOS**, pág. 136).

Los colaboradores de Samay Spa recibirán dentro de los primeros días de trabajo una inducción sobre la misión, visión, objetivos y servicios que brinda la empresa para que conozcan la empresa en la cual van a prestar sus servicios y se sientan parte de ella. Adicionalmente tendrán una capacitación sobre el manejo de los equipos y la utilización eficiente de los materiales y cada vez que haya nuevos tópicos sobre salud, belleza, bienestar, atención al público, etc.

El proceso de selección del personal (APENDICE N° 10 **PROCEDIMIENTO DE SELECCIÓN Y CONTRATACION DE EMPLEADOS**, Pág. 167) estará a cargo de una empresa dedicada a esta actividad, debiendo presentar una terna de por lo menos tres candidatos que cumplan con el perfil que Samay Spa ha establecido para cada cargo (APENDICE N° 11 **PERFIL DEL CARGO**, Pág. 170)

6.1.3 ORGANIZACIÓN

Samay Spa cuenta con un Gerente Administrativo, quien tendrá a cargo 14 empleados los cuales cumplirán con actividades y funciones asignadas para asegurar el buen funcionamiento de su trabajo dentro de la empresa. (APENDICE N° 12 , **ORGANIGRAMA SAMAY SPA**, pág. 171)

6.1.4 EMPLEADOS

El reclutamiento del personal se realizará desde el mes de octubre, Las entrevistas en noviembre y la selección en los meses de diciembre y enero

2012. Se considera el aumento del 8.33% por concepto de fondos de reserva del personal, a partir del segundo año. Los incrementos en los sueldos básicos se han dado a razón del 10% anual según las estadísticas del Ministerio de Trabajo.

Dentro del programa de capacitación está contemplado en primer lugar la inducción de los nuevos colaboradores a Samay Spa, seguido de un seminario o charlas sobre servicio y atención al cliente y dependiendo de las nuevas tendencias en masajes y cuidado de la piel, se enviará a los colaboradores para que actualicen sus conocimientos así mismo si el equipo con el cual trabajan sufre alguna actualización también serán capacitados en su operatividad por parte del personal técnico de SORISA.

6.1.5 ORGANIZACIONES DE APOYO

Asociarse a un organismo internacional de SPA, permitirá mantener un servicio actualizado y recibir los beneficios del mismo.

CAPITULO 7 ANÁLISIS LEGAL, SOCIAL Y AMBIENTAL

La empresa será creada como Compañía anónima, con responsabilidad limitada hasta el monto de sus aportaciones, con 3 socios y una participación del 33,33% del capital, el cual se ha estimado en aproximadamente 75,000.00 US dólares. Dentro de las principales obligaciones fiscales que la compañía debe cumplir están la declaración y pago del IVA, impuesto a la renta y pago de utilidades al trabajador y dividendos a los accionistas. (Ver APENDICE N° 13 , **ASPECTOS LEGALES** , Pág.172)

Todos los colaboradores de la empresa estarán debidamente afiliados al seguro social y se cumplirán con las aportaciones de ley. Así mismo con la firma de un contrato eventual, con un tiempo de duración de 180 días, se lo puede celebrar por una sola vez en el año. Cualquiera de las partes puede darlo por terminado en el momento que considere conveniente. Pero si se pasan de los

180 días y no han notificado la voluntad de darlo por terminado se vuelve un contrato indefinido. El contrato a plazo fijo, tiene una duración de 1 año, y contiene la clausula del periodo de prueba de 90 días, durante este tiempo evalúas y antes de que se cumplan los 90 días comunicas la continuidad por el año o si no lo das por terminado y no tienes que indemnizar ni desahuciar al trabajador. Si lo terminas luego de los 90 días tienes que indemnizar al trabajador con lo que establece la ley para estos casos, o si no esperar al mes once para desahuciarlo con todos los gastos y la asesoría legal que se requiere.

Para la constitución de la compañía se requiere Registro del Nombre, Escritura Pública, Afiliaciones a Cámaras, Permisos Municipales, Cuerpo de Bomberos, MM.SS.PP.

Samay Spa por el tipo de negocio que maneja no representa una amenaza para el medio ambiente y cumplirá con los requerimientos locales de higiene, seguridad industrial y manejo de desechos biológicos contratando a una empresa calificada. Adicionalmente Samay SPA generará 15 puestos de trabajo.

CAPITULO 8 ANÁLISIS ECONÓMICO Y FINANCIERO

Para el arranque de nuestro proyecto contamos con las siguientes premisas

8.1 PREMISAS 2011:

8.1.1 FINANCIAMIENTO

Revisando portafolios de inversiones de las instituciones financieras seleccionamos el Banco de Guayaquil, el cual cuenta con terrenos en el sector de la Av. Francisco de Orellana.

El acuerdo al que se llega es la adquisición del terreno y construcción por parte del Banco de Guayaquil, el cual financiará la obra y el terreno a 20 años plazo con una tasa del 10,54 % de interés, (Anexo 10, Pág. 257), la estimación del

costo del terreno es de \$ 75,000.00 y el Edificio en \$ 160,000.00 (Apéndice 7.6, **FINANCIAMIENTO**, Pág. 106)

El periodo de Construcción se estima en 4 meses, por lo cual los gastos pre - operativos se verán a partir del mes de junio del 2011.

Los dividendos del financiamiento se deberán considerar a partir de la puesta en marcha, esto se estima a partir del mes de Enero 2012.

Los equipos serán importados vía carta de garantía bancaria con el mismo banco, a razón de 24 meses plazo, el banco se reserva el inventario de equipos mientras se cumple la obligación, la tasa esperada para el financiamiento de los equipos es a razón del 11.55%.

El costo de los equipos incluye seguro. Los equipos serán importados en el mes de septiembre vía marítima, periodo prudencial para la llegada y colocación en las instalaciones.

8.1.2 INVENTARIO DE INSUMOS Y SUMINISTROS DE SPA

Los insumos necesarios para la puesta en marcha serán adquiridos a partir del mes de octubre, los mismos que se mantendrán en inventario mínimo para 3 meses de operación, la compra se realizará de contado. Se estima que el inventario mínimo es el 10% del total de compras anuales.

8.1.3 SUMINISTROS DE OFICINA Y CÓMPUTO

Se estima que los suministros necesarios para la operación, serán del 1,5% mensual sobre las ventas.

Sumin. Oficina	1%
Sumin. Computo	0.05%

8.1.4 DE LA ADMINISTRACIÓN Y PERSONAL

El reclutamiento del personal se realizará desde el mes de Octubre, Las entrevistas en noviembre y la selección en los meses de Diciembre 2011 y Enero 2012.

Se considera el aumento del 8.33% por concepto de fondos de reserva del personal, a partir del segundo año.

Los incrementos en los sueldos básicos se han dado a razón del 10% anual según las estadísticas del Ministerio de Trabajo.

8.1.5 INVERSIÓN (CAPITAL SOCIAL)

La inversión inicial, la cual se realizará con depósito a cuenta, estará compuesta con la siguiente participación:

Accionista 1	25,000.00
Accionista 2	25,000.00
Accionista 3	25,000.00
Total	75,000.00

La tasa esperada del accionista de este proyecto es el 12%. (Ver Apéndice 7.4. **APORTE INICIAL** pág. 104).

8.1.6 DE LAS CUENTAS POR PAGAR Y PROVEEDORES

Nuestro estudio de mercado indica que los proveedores de suministros de las líneas necesarias para el desarrollo del proyecto están a razón de:

Contado	10%
Crédito 30 Días	55%
Crédito 60 Días	35%

Para el año 2012, ver detalle en Apéndice 7.13. **CALCULO DE CARTERA POR COBRAR – AÑO 2012**, pág. 115 y año 2013 en Apéndice 7.30. **CALCULO DE CARTERA POR PAGAR, AÑO 2013**, pág. 153.

8.1.7 COSTOS ESTIMADOS

En la distribución de los gastos en función del ingreso para el año 2011 los rubros más significativos son:

Materia Prima 23,73% (Nace del total estimado de materiales adquiridos durante el año).

Sueldos y Beneficios. 21.17%

Ver Apéndice 7.16, **PREMISAS 2011**, ítem 1.5, **Costos Estimados**, pág. 120

8.1.8 DEPRECIACIONES

Se mantiene el método de línea recta. La depreciación anual será en base a la vida útil estimada de los activos. Ver Apéndice 7.11. **DEPRECIACIÓN DE ACTIVOS**, pág. 113.

8.1.9 VENTAS

Se estima que las ventas serán en un 95% al contado, 5% a 30 días.

El incremento esperado en las ventas para los próximos cinco años se estima que será a razón del 5% anual. (Ver Apéndice 7.10. **CALCULOS DE GESTION AL 31 DE DICIEMBRE DE 2012. VOLUMEN DE VENTAS, AÑO 2012** pág. 112).

8.1.10 SEGUROS

Los seguros contratados para protección de las instalaciones están a razón de: Valores Calculados sobre las ventas totales, (ver Apéndice 7.12. **CALCULO DE SEGUROS**. pág. 115).

<u>Tipo de Cobertura</u>	
Incendios	0.100%
Robos	0.050%
Otros Siniestros	0.050%
<u>Total</u>	<u>0.200%</u>

8.1.11 MANTENIMIENTO DE EQUIPOS

Se estima necesario realizar dos mantenimientos generales a los equipos al año, en los meses de Mayo y Noviembre a razón de \$6125,18 c/u. (ver Apéndice 7.17. **FLUJO DE EFECTIVO PROYECTADO, AÑO 2012**. Pág. 124.

8.1.12 SERVICIOS ADICIONALES

Los insumos necesarios para la atención de los servicios adicionales se compran al contado a razón de:

Tipo	Costo Ventas Totales
Cafetería	0.56%
Tienda	0.72%

8.1.13 OTROS GASTOS ESTIMADOS SOBRE VENTAS:

Mensajería y Movilización	0.050%
Seguridad y Vigilancia	0.050%
Suscripciones y Contribuciones	0.030%
Servicio Celular	0.035%
Servicios Bancarios	0.004%

8.2 PREMISAS AÑOS 2012 Y 2013:

Continuando con el análisis económico y financiero para Samay Spa en los años 2012 y 2013 tenemos las siguientes premisas.

8.2.1 VENTAS

Se estima un incremento anual en el precio de venta promedio de los servicios de \$5,00 a partir de \$ 25,00 hasta llegar al valor de \$50,00 como pvp promedio. Al igual que el incremento en cantidad promedio de servicios en un 5% anual. . (Ver Apéndice 7.10. **CALCULOS DE GESTION AL 31 DE DICIEMBRE DE 2012. VOLUMEN DE VENTAS, AÑO 2012**. Pág. 112).

8.2.2 SUMINISTROS DE OFICINA Y CÓMPUTO

Se estima que los suministros necesarios para la operación, serán del 1,5% mensual sobre las ventas.

Sumin. Oficina	1%
Sumin. Computo	0.05%

8.2.3 DE LA ADMINISTRACIÓN Y PERSONAL

El reclutamiento del personal se realizará desde el mes de octubre, Las entrevistas en noviembre y la selección en los meses de Diciembre y Enero 2012.

Se considera el aumento del 8.33% por concepto de fondos de reserva del personal, a partir del segundo año.

Los incrementos en los sueldos básicos se han dado a razón del 10% anual según las estadísticas del Ministerio de Trabajo¹⁴. (Ver Apéndice 7.21. **Presupuesto de Empleados**. Pág. 136).

8.2.4 INVERSIÓN

Para implementar este proyecto se requiere de una inversión de \$396,403.21 para la adquisición de Terreno, Construcción del Edificio, compra de maquinarias y equipos de oficina, más \$75,000.00 como aporte inicial de los accionistas. (Ver Apéndice 7.6, **FINANCIAMIENTO**. Pág. 106). (Ver Apéndice 7.4. **APORTE INICIAL** pág. 104).

Inversión en activos intangibles.- Como inversión en activos intangibles entrenaremos al personal en manejo de equipos y servicio al cliente, para soportar los objetivos estratégicos en conocimiento del personal de

¹⁴ Ecuador, BCE, (2010). *BOLETIN LABORAL Al I trimestre de 2010*. Evolución del Salario Mínimo Vital, pág. 13. Recuperado el 16 de agosto de 2011.
<http://www.bce.fin.ec/documentos/Estadisticas/SectorReal/Previsiones/IndCoyuntura/Empleo/mle201003.pdf>

colaboradores, mantenimiento de la clientela y relaciones comerciales con clientas y proveedores (Ver APENDICE N° 6 , **MAPA ESTRATEGICO**, Pág. 87, O4.P4 y O4.P8).

8.2.5 DE LAS CUENTAS POR PAGAR Y PROVEEDORES

Nuestro estudio de mercado indica que los proveedores de suministros de las líneas necesarias para el desarrollo del proyecto están a razón de:

Contado	10%
Crédito 30 Días	55%
Crédito 60 Días	35%

8.2.6 DATOS ESTIMADOS

Los gastos en función del ingreso serán aplicados de acuerdo a los siguientes porcentajes para realizar las proyecciones de los años siguientes:

Gastos de Administración y Ventas	72.16%
Costo de Materiales	23,73%
Gastos de Financiamiento	10.29%
Incremento Anual de servicios	5.00%
Capacidad Máxima de Prestación de Servicios por año	28,742

8.2.7 DEPRECIACIONES

Se mantiene el método de línea recta. La depreciación anual será en base a la vida útil estimada de los activos.

La depreciación del 2013 y 2014 se mantiene igual 2012, En el 2015 y 2016 será \$35.682,58.

8.2.8 VENTAS

Se estima que las ventas serán en un 95% al contado, 5% a 30 días.

El incremento esperado en las ventas para los próximos cinco años se estima que será a razón del 5% anual.

8.2.9 SEGUROS

Los seguros contratados para protección de las instalaciones están a razón de:
Valores Calculados sobre las ventas totales.

<u>Tipo de Cobertura</u>	
Incendios	0.100%
Robos	0.050%
Otros Siniestros	0.050%
<u>Total</u>	<u>0.200%</u>

8.2.10 MANTENIMIENTO DE EQUIPOS

Se estima necesario realizar dos mantenimientos generales a los equipos al año, en los meses de Mayo y Noviembre

A razón de \$6125,18 c/u.

8.2.11 SERVICIOS ADICIONALES

Los insumos necesarios para la atención de los servicios adicionales se compran al contado a razón de:

Tipo	Costo Ventas Totales
Cafetería	0.56%
Tienda	0.72%

8.2.12 OTROS GASTOS ESTIMADOS

Mensajería y Movilización	0.050%
Seguridad y Vigilancia	0.050%
Suscripciones y Contribuciones	0.030%
Servicio Celular	0.035%

8.3 PRESUPUESTO

En síntesis para poner en marcha el negocio es necesario la inversión de US\$ 75,000 usd por parte de los accionistas y lograr un préstamo hipotecario y prendario de US\$396.403,21 el cual se gestiona de la siguiente manera:

Financiamiento			
Rubro	Monto	Plazo (En años)	Tasa Efectiva Interés Banco Guayaquil
Terreno	75.000,00	20,00	10,54%
Edificio	160.000,00	20,00	10,54%
Maquinarias y Equipos de Oficina	161.403,21	2,00	11,26%
TOTAL	396.403,21		

8.4 ESTADO DE SITUACION INICIAL

El Balance inicial a Mayo 2011 refleja la inversión realizada por los accionistas (ver Apéndice 7.5, **ESTADO DE SITUACIÓN INICIAL - AL 31 DE MAYO DEL 2011**, pág. 105). En el segundo semestre con la obtención del préstamo se realizan las gestiones de compra de terreno, construcción del edificio, adquisición de maquinarias, mobiliario, equipos y gastos de constitución de la empresa con lo que a diciembre 2011 tenemos un balance que refleja US\$ 850.679 en activos, pasivos y patrimonio. (Ver Apéndice 7.9 **ESTADO DE SITUACIÓN AL 31 DE DICIEMBRE , 2011**, pág. 110).

8.4.1 ESTADO DE SITUACION INICIAL AL 31 DE MAYO 2011

SAMAY SPA - WOMEN CENTER Estado de Situación Inicial Al 31 de Mayo del 2011 (Expresado en US Dólares)			
Activos		Pasivos y Patrimonio	
	2011		2011
Activos Corrientes		Pasivos Corrientes	
Caja	75.000	Obligaciones Bancarias	-
CxC	-	CxP Proveedores	-
Cientes	-	Gastos Acumulados	-
Inventarios	-	Intereses Bancarios	-
Insumos	-	Intereses Accionistas	-
Suministros	-	Impuestos xPagar	-
Seguros Pag.xAdel.	-	Total Pasivo Corriente	-
Total Activo Corriente	75.000		
Activos Fijos		Pasivos Largo Plazo	
Terreno	-	Obligaciones Bancarias	-
Edificios	-	Intereses por Pagar	-
Maquinarias y Equipos	-	Patrimonio	
Muebles y Enseres	-	Capital	
Depreciacion Acumulada	-	Social	75.000
Total Activo Fijo Neto	-	Resultados del Ejercicio	-
		Total Patrimonio	75.000
Total Activos	75.000	Total Pasivos y Patrimonio	75.000

8.4.2 ESTADO DE SITUACION AL 31 DE DICIEMBRE 2011

SAMAY SPA - WOMEN CENTER			
Estado de Situación			
Al 31 de Diciembre del 2011			
(Expresado en US Dólares)			
Activos		Pasivos y Patrimonio	
	2011		2011
Activos Corrientes		Pasivos Corrientes	
311 Equivalentes de Efectivo	38.096	415 Obligaciones Bancarias	80.042,27
315 C x C Clientes	-	413 C x P Proveedores	-
		Gastos Acumulados	-
<u>Inventarios</u>	10.454	415 Intereses Bancarios	39.090,82
327 Insumos y suministros	10.454	Intereses Accionistas	
	-	Impuestos x Pagar	
323 Crédito Tributario IVA	22.122		
	70.672	Total Pasivo Corriente	119.133
Total Activo Corriente			
Activos Fijos		Pasivos Largo Plazo	
349 Terrenos	75.000,00	415 Obligaciones Bancarias	316.360,94
341 Edificios	160.000,00	415 Intereses por Pagar	318.062,65
344 Maquinarias y Equipos	161.403,21		634.423,60
345 Equipos de Computo	6.000,00		
343 Muebles, Enseres y Accesorios	16.950,00		
348 Depreciación Acumulada	-	Patrimonio	
	419.353	501 Capital Social	97.122,39
Total Activo Fijo Neto		517 Resultados del Ejercicio	-
Otros Activos		Total Patrimonio	97.122,39
392 Intereses Diferidos	357.153,47		
373 Gastos de Constitución	3.500,00		
	360.653		
Total Activos	850.679	Total Pasivos y Patrimonio	850.679

8.5 FLUJO DE EFECTIVO PROYECTADO

Para el año 2012 se proyecta un presupuesto de ventas calculado en 55% de la capacidad de Samay Spa Mujer lo que genera un ingreso de US\$ 392.828,80 y un gasto correspondiente de US\$ 342.123,23 dando como resultado del flujo de efectivo un superávit de US\$ 88.801,17 (Ver Apéndice 7.17 **FLUJO DE EFECTIVO PROYECTADO, AÑO 2012**, Pág.124). El detalle de los soportes de cálculos de gestión del año 2012 se puede observar a partir del Apéndice 7.10 **CALCULOS DE GESTION AL 31 DE DICIEMBRE DE 2012. VOLUMEN DE VENTAS, AÑO 2012**, Pág.112 hasta el Apéndice 7.15 **CALCULO DE IVA POR PAGAR –AÑO 2012**, Pág. 117.

8.6 ESTADO DE RESULTADOS

Como resultado de las actividades proyectadas para el primer año de ventas tenemos una utilidad antes de impuestos de US\$ 110.017,83 y finalmente una utilidad neta de US\$ 45.387,09 (Ver Apéndice 7.18 **ESTADO DE RESULTADOS AL 31 DE DICIEMBRE, 2012**, Pág. 126).

8.7 BALANCE GENERAL

El Balance General a diciembre, 2012 nos muestra un total de pasivo y patrimonio de US\$ 815.773,49 que incluye la utilidad neta, ésta nos da un margen neto de utilidad del 11 % sobre las ventas. (Ver Apéndice 7.19 **BALANCE INICIAL AL 31 DE DICIEMBRE DEL 2012**, Pág. 128).

8.7.1 BALANCE INICIAL AL 31 DICIEMBRE, 2012

SAMAY SPA - WOMEN CENTER Balance Inicial Al 31 de Diciembre del 2012 (Expresado en US Dólares)			
Activos		Pasivos y Patrimonio	
	2012		2012
Activos Corrientes		Pasivos Corrientes	
311 Equivalentes de Efectivo	88.801,17	415 Obligaciones Bancarias	89.484,10
315 C x C	2.371,20	413 C x P	12.066,25
<u>Inventarios</u>	8.872,24	428 Beneficios Sociales por Pagar	6.731,00
327 Insumos y suministros	<u>8.872,24</u>	415 Intereses Bancarios	29.648,98
323 Crédito Tributario IVA	<u>15.988,80</u>	424 Participación de Trabajadores	10.401,93
Total Activo Corriente	116.033,41	423 Impuesto a la Renta a Pagar	<u>13.557,18</u>
Activos Fijos		Total Pasivo Corriente	161.889,45
349 Terrenos	75.000,00	Pasivos Largo Plazo	
341 Edificios	160.000,00	445 Obligaciones Bancarias	226.876,84
344 Maquinarias y Equipos	161.403,21	445 Intereses por Pagar	<u>288.413,67</u>
345 Equipos de Computo	6.000,00		515.290,51
343 Muebles, Enseres y Accesorios	16.950,00	Patrimonio	
348 Depreciación Acumulada	<u>(37.675,78)</u>	501 Capital Social	93.206,44
Total Activo Fijo Neto	381.677,43	517 Resultados del Ejercicio	<u>45.387,09</u>
Otros Activos		Total Patrimonio	138.593,53
392 Intereses Diferidos	318.062,65		
Total Activos	- 815.773,50	Total Pasivos y Patrimonio	815.773,49

8.8 INDICADORES

Del análisis de los Indicadores financieros podemos apreciar resultados favorables aunque conservadores:

RAZONES FINANCIERAS

PARAMETRO	VALOR
-----------	-------

ANALISIS DE LIQUIDEZ

Ratio de liquidez (veces)	0,72
Ratio prueba acida (veces)	0,66
Ratio prueba defensiva	0,01
Ratio capital de trabajo (\$)	(45.856,04)
periodo promedio de cobranza (días) rangos (de 60 a 30 días)	2,16
Rotación de las cuentas por cobrar rango (6 a 12 veces)	166,67

ANALISIS DE LA ACTIVIDAD

rotación de caja y bancos (días)	80,89
rotación de activos totales (veces)	0,48

ANALISIS DE SOLVENCIA Y APALANCAMIENTO

estructura de capital (deuda patrimonio)	1,20
endeudamiento	83%

ANALISIS DE RENTABILIDAD

rendimiento sobre patrimonio	33%
rendimiento sobre la inversión	6%
utilidad del activo	13%
utilidad de ventas	28%
margen bruto de utilidad	18%
margen neto de utilidad	11%
análisis DU PONT	9%

CAPITULO 9 ANÁLISIS DE RIESGOS E INTANGIBLES

9.1 PUNTO DE EQUILIBRIO

El punto de equilibrio enfatiza el nivel de servicio, en el cual los ingresos por ventas son exactamente igual a los costos. El análisis del punto de equilibrio se apoya en el fundamento de la variabilidad de los costos por lo tanto se debe empezar definiendo los rubros que componen los costos fijos y variables.

Una vez definidos estos rubros procedimos al cálculo del punto de equilibrio para el año 2012 el cual es de **7.119** servicios que representan el 25% de la capacidad instalada de Samay Spa mujer (cuadro 9.1.1).

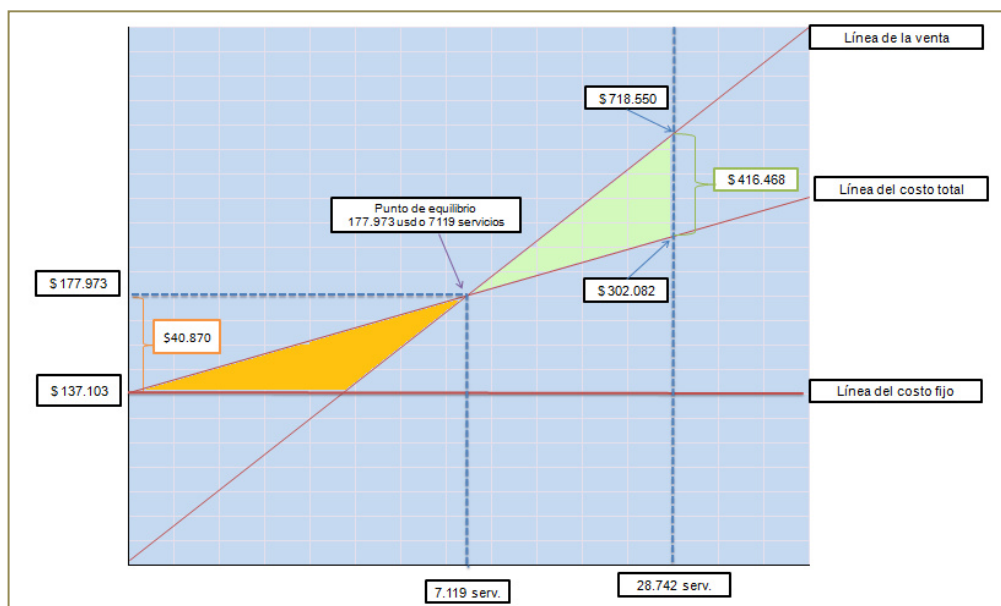
Cuadro 9.1.1. Punto de Equilibrio

PUNTO DE EQUILIBRIO		RESUMEN DE COSTOS	
RUBRO	2012	Total Costos Fijos	137.103,44
Unidades de Venta	15.808,00	Teléfono, internet, cable	3.500,10
Precio del servicio	25,00	Mto equipos	12.250,36
Costos Fijos	137.103,44	Depreciación Activos Fijos	37.675,78
Capacidad Samay Spa Mujer	28.742,40	Mano de Obra	83.677,20
Costo fijo unitario	8,67		
Costo variable unitario	5,74		
Contribución marginal	19,26		
	77%		
PE (unidades)	7.118,92		
PE (\$)	177.973,02		

Total Costos Variables/Unidad	5,74
Electricidad	0,61
Agua	0,30
Gas	0,24
Materiales	4,58

En el gráfico 9.1.1 el punto en el que se interceptan la línea de ingreso por ventas y del costo total es el punto de equilibrio. El area entre las dos líneas a la derecha de este punto representa el potencial de utilidades y el area entre las dos líneas a la izquierda representa el potencial de perdidas cubriendo los costos fijos.

Grafico 9.1.1. Punto de equilibrio



9.2 ANALISIS DE SENSIBILIDAD

Se han establecidos distintos escenarios realizando cambios a las principales variables para observar el impacto que estas pueden ocasionar en el resultado del proyecto.

El análisis de sensibilidad parte de los resultados del 2012 los cuales se enfrentan a diferentes escenarios como lo muestra el cuadro 9.2.1.

Cuadro 9.2.1. Análisis de Sensibilidad

ANALISIS DE SENSIBILIDAD				
ESCENARIO		VAN	TIR	RIESGO
1	Valores Originales	303.739	20,9%	
2	Incremento de tasa de interés del préstamo en 2%	269.572	19,6%	BAJO
3	Disminución del ingreso en 10%	241.945	18,5%	BAJO
4	Precio del servicio Constante en los 8 años	65.437	11,3%	MEDIO ALTO
5	Disminución del ingreso en 40%	56.564	10,6%	MEDIO ALTO
6	Incremento de gastos en Administración y Ventas en 10%	18.099	8,6%	ALTO
7	Disminución del ingreso en 49%	950	7,8%	ALTO

Escenario 1. Base real

Partiendo de 15.808 unidades con costo variable unitario de \$ 5.74 y un PVP de \$ 25,00 por servicio, obtenemos un VAN de \$ 304 mil y una TIR del 21%. Este

escenario es la base real contra la cual se realizarán las comparaciones respectivas.

Escenario 2. Incremento de tasa de interés de préstamo hipotecario en 2 puntos.

Debido a que las tasas de interés son variables hemos considerado una tasa 12,54% para el préstamo del terreno y edificio en lugar del 10.54% considerado en el escenario base real y manteniendo las demás variables constantes. Esta variación nos da un impacto en el flujo de caja del primer año de \$ 4.700 como incremento del gasto financiero que equivale al 19%, resultando un VAN de \$ 270 mil y una TIR del 20% con lo cual podemos observar que el ***riesgo es bajo***.

Escenario 3. Disminución del ingreso en un 10%.

Considerando ventas de 14.227 servicios y las demás variables constantes obtenemos un VAN de 242 mil y una TIR del 18.5% con lo cual podemos observar que el ***riesgo es bajo***, ya que nuestro punto de equilibrio es de 7.119 servicios y toda venta adicional a éste representa una utilidad potencial.

Escenario 4. Precio constante durante ocho años.

Si mantenemos el precio de \$25 usd y las demás variables constantes podemos observar que el ***riesgo es medio alto*** ya que el VAN sufre una caída significativa mayor al 70% respecto a la base real. Bajo este escenario el VAN es de \$ 65 mil con una TIR de 11.3%.

Escenario 5. Disminución del ingreso en un 40%

Considerando ventas de 9.485 servicios y las demás variables constantes obtenemos un VAN de 57 mil y una TIR del 10.6% con lo cual podemos observar que el ***riesgo es medio alto*** ya que estas unidades están cerca del punto de equilibrio (7.119 servicios) lo que en el futuro podría ocasionar una posible pérdida.

Escenario 6. Incremento de Gastos Administrativos y de Ventas en 10%.

En el caso de que exista un incremento del 10% más de lo que se ha proyectado en cuanto a los gastos administrativos y de ventas ya sea por costos de materiales, sueldos, beneficios de ley, servicios básicos o por algún otro factor no controlable, obtenemos un VAN de 18 mil y una TIR del 8.6% con lo cual podemos observar que el **riesgo es alto**.

Escenario 7. Disminución del ingreso en un 49%

Considerando ventas de 8.062 servicios y las demás variables constantes obtenemos un VAN de \$ 950 dólares y una TIR del 7.77% con lo cual podemos observar que el **riesgo es alto**. Si la disminución del ingreso supera el 49% el proyecto no es viable por tener un VAN negativo.

Otro análisis considerado es el comportamiento del VAN al variar la inversión y el WACC. (Ver Apéndice 7.35, **ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD PARA EL PROYECTO SAMAY SPA MUJER**, Pág. 162).

CAPITULO 10 EVALUACIÓN INTEGRAL DEL PROYECTO

Una vez realizado el análisis financiero de Samay Spa Mujer, concluimos que el plan de negocios es rentable por tener un VAN de \$ **303.739** y la TIR de **20.88%** con un periodo de recuperación de **4 años**.

Nuestro modelo de negocio tendrá como factor diferenciador la oferta de Bienestar dándole la oportunidad a la mujer ejecutiva de contar con asesoría gratuita en salud preventiva, asesoría en nutrición y charlas orientativas de salud y bienestar, posicionándonos así en este nicho mercado.

La investigación de mercado determino que existen varios competidores (Dharma, IO spa) lo que no representa una amenaza para Samay Spa puesto que se aprovechará el factor diferenciador para posicionarnos en la mente de los clientes, adicionalmente contamos con un precio competitivo

de \$ 25,00 usd promedio por servicio valor que se encuentra por debajo del promedio del mercado.

Como recomendaciones podemos indicar que es importante cuidar y mejorar continuamente el factor diferenciador ya que otros podrán imitarlo, por esta razón es importante el uso de la cadena de valor de Samay SPA Mujer en el cual se encuentran todas las actividades que pueden aportar una ventaja competitiva.

Mantener constante monitoreo con los clientes para conocer cuáles son sus nuevas necesidades, ya que siempre estará en búsqueda de nuevas experiencias.

Mantenerse actualizado con las nuevas tendencias, tecnología y métodos, que soporten la calidad y el servicio brindado, para lo cual se requiere proyectar futuras inversiones en equipos y capacitación del personal.

CAPITULO 11 CRONOGRAMA DE IMPLEMENTACIÓN DE SAMAY SPA MUJER

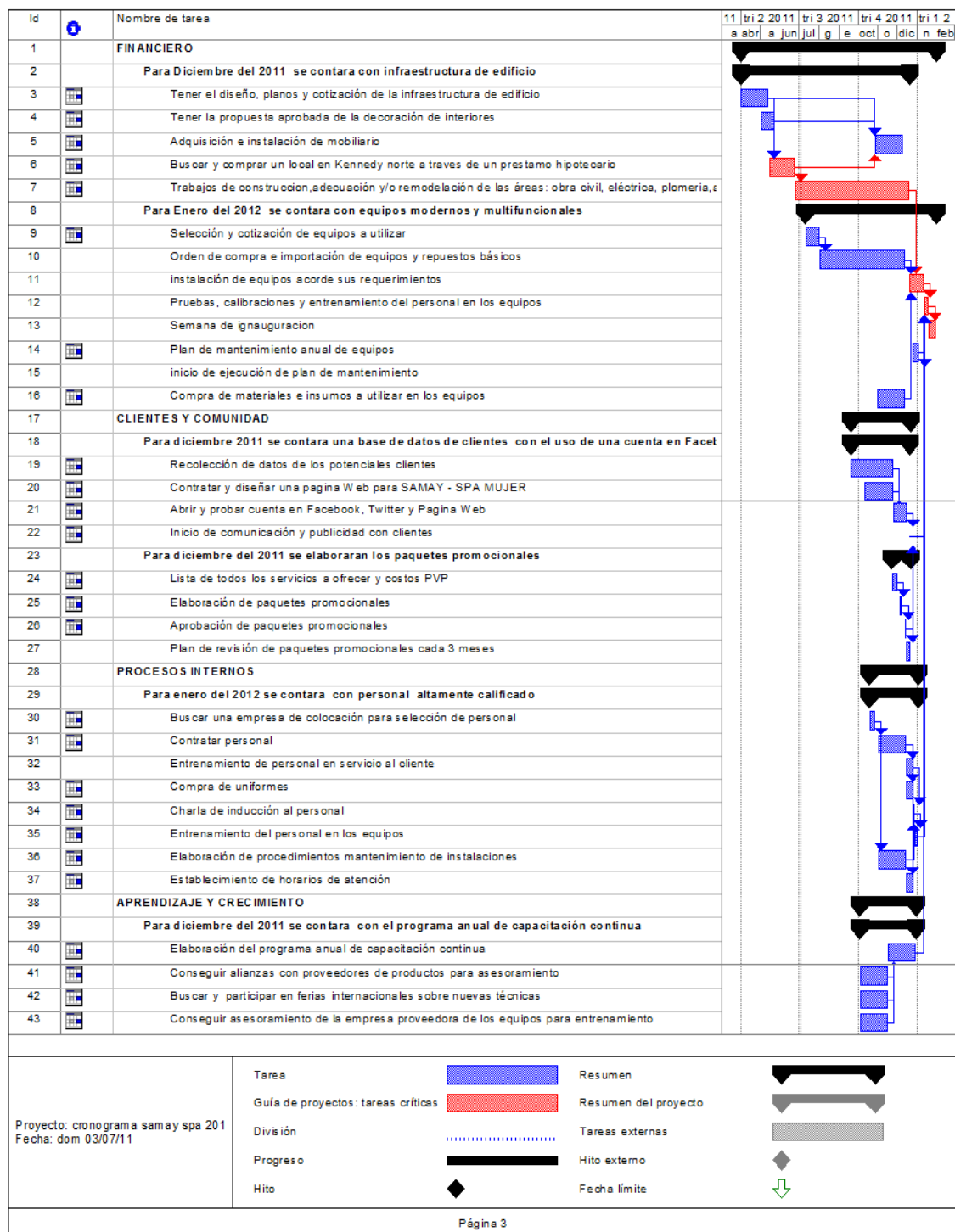
El cronograma del plan de negocios (cuadro 11.2) es el resultado de los requerimientos del mapa estratégico, (cuadro 11.1) las actividades se iniciarán en Julio, 2011 culminando en la última semana de Enero 2012 con la inauguración de Samay Spa Mujer.

Adicionalmente se identificó que la ruta crítica (cuadro 11.3) comprende búsqueda y compra de terreno, construcción de las instalaciones, adquisición e instalación de equipos.

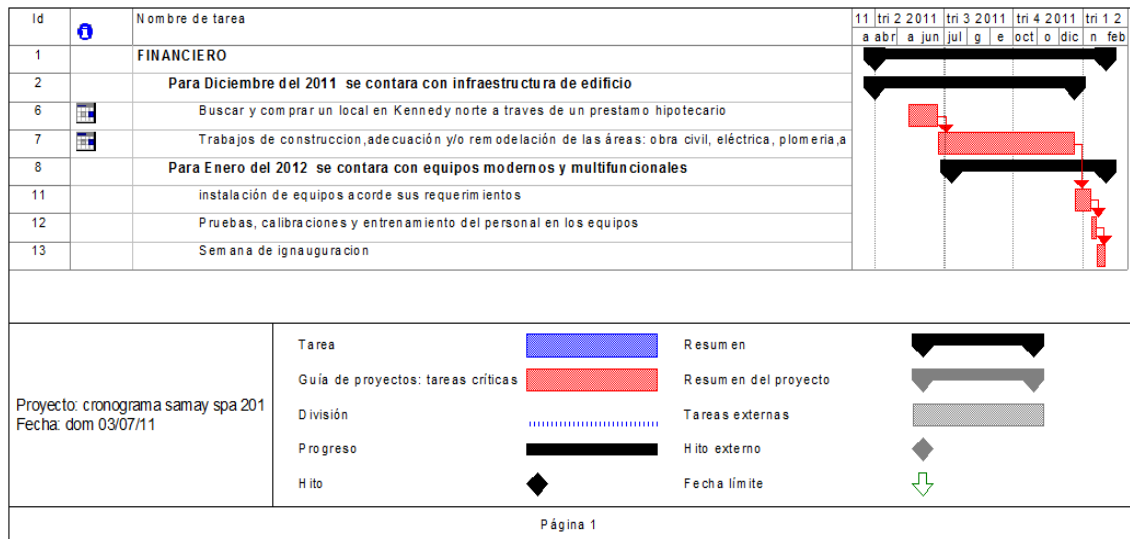
Cuadro 11.1. Mapa Estratégico

MAPA ESTRATEGICO											
MISION DESCOMPUESTA EN METAS ESTRATEGICAS											
<i>sienta bienestar, descanso y cuidado de su cuerpo y mente</i> <i>disfrutando de preciosos momentos en nuestro Centro SAMAY SPA</i> <i>lider en el cuidado del bienestar fisico, mental y social</i> <i>con presencia en todas las provincias del Ecuador.</i>											
PERSPECTIVAS	ETIQUETAS	OBJETIVOS ESTRATEGICOS	CODIGO	ACCIONES	2011						2012
					Julio	Agosto	Setiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Enero
FINANCIERA	2. Para Enero del 2012 se contara con equipos modernos y multifuncionales, mientras que para Diciembre del 2011 se contara con infraestructura de edificio	2. Para Diciembre del 2011 se contara con una infraestructura de edificio para cada tipo de servicio incluyendo una sala de espera con cafeteria light. Para enero 2012 se contara con equipos modernos y multifuncionales para el manejo de varios servicios minimizando así la dependencia con el personal operativo.	O2F1	Selección y cotización de equipos a utilizar							
			O2F2	Orden de compra e importación de equipos y repuestos básicos							
			O2F3	Compra de materiales e insumos a utilizar en los equipos							
			O2F4	instalación de equipos acorde sus requerimientos							
			O2F5	Plan de mantenimiento anual de equipos							
			O2F6	inicio de ejecución de plan de mantenimiento							
			O2F7	Pruebas, calibraciones y entrenamiento del personal en los equipos							
			O2F8	Semana de inauguracion							
			O2F9	Tener el diseño, planos y cotización de la infraestructura de edificio							
			O2F10	Tener la propuesta aprobada de la decoración de interiores							
			O2F11	Buscar y alquilar un local en Kennedy norte con un contrato forzado a 5 años.							
			O2F12	Adquisición e instalación de mobiliario							
			O2F13	Trabajos de adecuación y/o remodelación de las áreas: obra civil, eléctrica, plomeria,aire acondicionado							
CLIENTES Y COMUNIDAD	1. Para diciembre 2011 se contara una base de datos de clientes con el uso de una cuenta en Facebook, Twitter y pagina Web	1. Para diciembre del 2011 elaborar una base de datos de clientes para el primer año de funcionamiento para mantener un continuo seguimiento de los clientes segun sus gustos y preferencias, con el uso de una cuenta en Facebook, Twitter y pagina Web	O1C1	Recolección de datos de los potenciales clientes							
			O1C2	Contratar y diseñar una pagina Web para SAMAY - SPA MUJER							
			O1C3	Abrir y probar cuenta en Facebook, Twitter y Pagina Web							
			O1C4	Inicio de comunicación y publicidad con clientes							
	3. Para diciembre del 2011 se elaboraran los paquetes promocionales	3. Para diciembre del 2011 se elaboraran los paquetes promocionales, incentivar a las clientas frecuentes para que traigan amigas a cambio de descuentos en los servicios que toman.	O3C1	Lista de todos los servicios a ofrecer y costos PVP							
			O3C2	Elaboración de paquetes promocionales							
			O3C3	Aprobación de paquetes promocionales							
PROCESOS INTERNOS	4. Para enero del 2012 se contara con personal altamente calificado	4. Para Enero del 2012 se contara con personal altamente calificado, para dar un servicio personalizado	O4.P1	Buscar una empresa de colocación para selección de personal							
			O4.P2	Contratar personal							
			O4.P3	Elaboración de procedimientos mantenimiento de instalaciones							
			O4.P4	Entrenamiento de personal en servicio al cliente							
			O4.P5	Compra de uniformes							
			O4.P6	Establecimiento de horarios de atención							
			O4.P7	Charla de inducción al personal							
			O4.P8	Entrenamiento del personal en los equipos							
APRENDIZAJE Y CRECIMIENTO	5. Para diciembre del 2011 se contara con el programa anual de capacitación continua	5. Para diciembre 2011 se contara con un programa anual de capacitación continua en servicio al cliente, técnicas, y productos nuevos y terapias asociadas con el mundo de la belleza e imagen personal,	O5A1	Conseguir alianzas con proveedores de productos para asesoramiento							
			O5A2	Buscar y participar en ferias internacionales							
			O5A3	Conseguir asesoramiento de la empresa proveedora de los equipos para entrenamiento							
			O5A4	Elaboración del programa anual de capacitación continua							

Cuadro 11.2 Cronograma



Cuadro 11.3 Ruta critica



APENDICES

APENDICE N° 1 CENSO NACIONAL ECONOMICO 2010

Análisis de datos tomados del INEC

CENSO NACIONAL ECONOMICO 2010

Categoría Analizada:

- 9721** Servicios de peluquería y barbería
- 9722** Servicios de tratamientos de maquillaje, manicura y pedicura
- 9723** Servicios de bienestar físico
- 9729** Otros servicios de tratamiento de belleza n.c.p

Resultados Analizados:

- 1.- **El 74%** de este tipo de servicios esta Guayaquil respecto de la Provincia del Guayas
- 2.- **El 18%** de este tipo de servicios esta Guayaquil respecto al Ecuador
- 3.- **El 22%** ha sido el crecimiento anual promedio desde el año 2000 de este tipo de servicios en el Guayas
- 4.- **El 23%** de este tipo de servicios está en la provincia del Guayas respecto al Ecuador
- 5.- **El 58%** de este tipo de servicios en el Guayas **ARRIENDA SU LOCAL**
- 6.- **El 59%** de este tipo de servicios en el Guayas **SE FINANCIO CON INSTITUCION PRIVADA**
- 7.- **El 63%** de este tipo de servicios en el Guayas **REQUIERE FINANCIAMIENTO**
- 8.- **El 68%** de este tipo de servicios en el Guayas **NO TIENE RUC**
- 9.- **El 93%** de este tipo de servicios en el Guayas **NO TIENE REGISTROS CONTABLES**
- 10.- **El 95%** de este tipo de servicios en el Guayas **NO GASTO EN CAPACITACIÓN Y FORMACIÓN**
- 11.- **El 97%** de este tipo de servicios en el Guayas **NO UTILIZA INTERNET**
- 12.- **El 98%** de este tipo de servicios en el Guayas **NO REALIZO INVESTIGACIONES DE MERCADO**

<http://redatam.inec.gob.ec/cgibin/RpWebEngine.exe/PortalAction?&MODE=MAIN&BASE=CENEC2010&MAIN=WebServerMain.inl>

APENDICE N° 2 "ENCUESTA SERVICIOS DE SPA"

1 Está dentro de sus prioridades **asistir a un SPA?**

SI

NO

Nota: en caso de ser negativa su respuesta pase a la pregunta 15

2 ¿A **cuál Centro SPA** asiste regularmente? En caso de que asista a más de uno favor indicar cuáles.

3 En un mes normal. Con que **frecuencia** asiste a un SPA?

1 o 2 VECES

3 o 4 VECES

MAS DE 4

VECES

4 Cuando usted asiste al SPA. ¿Qué **servicios** utiliza?

5 Cual es el **horario** que más le conviene a la hora de ir a un SPA:

MAÑANA

TARDE

NOCHE

6 Que **días** son los más convenientes para usted a la hora de ir a un SPA:

LUNES

MARTES _____
 MIERCOLES _____
 JUEVES _____
 VIERNES _____
 SABADO _____
 DOMINGO _____

7 "Que **factores** influyen en su selección de un SPA?
 Califique entre 1 y 5 considerando 1 como no importante y 5 como muy importante."

	No es importante 1	2	3	4	Muy importante 5
1 precio					
2 servicio					
3 Paquetes promocionales					
4 ubicación					
5 Parqueadero					
6 seguridad					

8 Cual es el promedio de gastos mensuales por servicios en un SPA?

MINIMO	MAXIMO
USD	USD

9 "Dentro de los servicios del SPA, ¿Te gustaría recibir **asesoría gratuita** sobre salud preventiva de la mujer?
 Ej. : Charlas sobre cáncer de mama, stress, presión arterial, cuidados de la piel, etc."

SI _____
 NO _____

10 ¿Te gustaría recibir un **monitoreo gratuito en nutrición**?

SI _____
 NO _____

11 "Si el SPA brindara **Charlas orientativas gratuitas** de Salud y Bienestar. ¿Asistirías?
 Ej.: Charlas de relajación, motivación, tratamientos con agua, aromaterapia, etc."

SI _____
 NO _____

12 Indique el **Sector/ Lugar** donde le gustaría se encuentre ubicado dicho SPA?

13 Díganos algunas razones por las cuales usted **asiste** a un SPA?

14 Díganos algunas razones por las cuales usted **no** asistiría a un SPA?

Nota: Pase a la pregunta 16.

15 Díganos algunas razones por las cuales **no va** a los servicios de un SPA?

16 ¿**Obsequiaría usted** el servicio de SPA como tarjeta de regalo?

SI _____
NO _____

17 ¿Cuanto estaría **dispuesta a pagar** por ésta tarjeta de regalo?

MINIMO USD	MAXIMO USD
---------------	---------------

18 Que **otros servicios** le gustaría recibir en un SPA?

Gracias por su participación

APENDICE N° 3 RESULTADOS OBTENIDOS DE LA ENCUESTA

Los resultados obtenidos de la Encuesta son los siguientes:

1. 71% de las encuestadas tiene como prioridad ir a un SPA.
2. 56% de las encuestadas va a los siguientes SPA acorde al siguiente orden

✓ Dharma Spa	20%
✓ IO SPA	13%
✓ Esperanza Ferra Soto	8%
✓ KORPPER	5%
✓ Aqua Vita	4%
✓ SPA 57	4%
✓ Steticare SPA	4%
3. El 89% de las encuestadas indica que va de 1 a 2 días por mes al SPA.
4. 83% de las encuestadas utiliza los siguientes servicios de SPA acorde al siguiente orden:

✓ 29% de las encuestadas va por tratamientos y limpiezas faciales
✓ 20% de las encuestadas va por masajes
✓ 14% de las encuestadas va por depilación
✓ 6% de las encuestadas va por métodos reductores
✓ 5% de las encuestadas va por tratamientos corporales
✓ 5% de las encuestadas va por relajación
✓ 4% de las encuestadas va por todo sobre el cuidado y tratamientos de belleza y la piel
✓ Desde el punto de vista del tipo de servicio tenemos que lo utilizan para:
✓ Belleza 70%
✓ Relajación 30%
5. Horario preferido:

✓ 44% de las encuestadas le conviene ir por las tardes
--

- ✓ 41% de las encuestadas le conviene ir por las noches
- 6. Días más convenientes:
 - ✓ 35% de las encuestadas le conviene ir sábados
 - ✓ 18% de las encuestadas le conviene ir jueves
 - ✓ 15% de las encuestadas le conviene ir martes
 - ✓ Los días menos visitados son: domingo y lunes
- 7. Factores que influyen en la selección de un spa.-
 - ✓ Dentro de los más importantes están acorde al siguiente orden de preferencias:
 1. Servicio y seguridad
 2. Paquetes promocionales
 3. Ubicación y parqueadero
 4. precio
 - ✓ Dentro de los menos importantes están acorde al siguiente orden de preferencias:
 1. Precio
 2. Parqueadero
- 8. Promedio de gastos mensuales. Los rangos promedios de gastos mensuales por servicios en un SPA son:
 - ✓ Min 72 USD
 - ✓ Max 176 USD
- 9. 89% de las encuestadas le gustaría recibir asesoría gratuita en salud preventiva de la mujer
- 10. 100% de las encuestadas le gustaría recibir asesoría gratuito en nutrición
- 11. 83% de las encuestadas le gustaría recibir Charlas orientativas gratuitas de Salud y Bienestar
- 12. Sector preferido.- 86 % de las encuestadas le gustaría en el sector norte, siendo las ciudadelas Kennedy y Urdesa las mas preferidas como lugar para ubicar un SPA.
- 13. Entre las razones por las cuales asiste a un SPA tenemos que el 80% de las encuestadas asisten por los siguientes motivos y en el siguiente orden:

- ✓ cuidado de la piel
- ✓ relajamiento
- ✓ cuidado de imagen personal
- ✓ mitigar el estrés
- ✓ reducir y controlar peso
- ✓ sentirse cuidada y consentida
- ✓ pensar en ellas

Desde el punto de vista del tipo de servicio tenemos que van por:

- ✓ Belleza 53%
- ✓ Relajación 41%
- ✓ Salud 3%
- ✓ Otros 2%

14. El 84% de las encuestadas **no** asistirían a un SPA por los siguientes motivos y en el siguiente orden:

- ✓ Mal servicio
- ✓ costos altos en el servicio
- ✓ personal sin experiencia
- ✓ insalubridad
- ✓ Áreas / Equipos no funcionales
- ✓ Que me traten mal
- ✓ Material de mala calidad

49% de las encuestadas le dan mucha importancia a la calidad del servicio y atención al cliente

28% de las encuestadas pone énfasis en las instalaciones, equipos y ubicación

15% de las encuestadas considera los precios altos

15. De las encuestadas que no tienen como prioridad asistir a un SPA indicaron:

- ✓ El 24% por falta de presupuesto
- ✓ El 24% no es su prioridad
- ✓ El 21% falta de tiempo
- ✓ El 21% tienen otra alternativa

16. 90% de las encuestadas obsequiaría una tarjeta de regalo

17. Los rangos promedios que estarían dispuesta a pagar por ésta tarjeta de regalo son:

- ✓ Min 49 USD
- ✓ Max 82 USD

18. Sobre otros servicios que le gustaría recibir en un SPA indicaron lo siguiente:

- ✓ Desde el punto de vista del tipo de servicio su enfoque esta en :
 - Belleza 34%
 - Salud 29%
 - Relajación 23%
 - Otros 14%
- ✓ El 30% de las encuestadas les gustaría recibir adicionalmente tratamientos y terapias
- ✓ El 24% de las encuestadas les gustaría recibir otros servicios como en asesorías y programas
- ✓ El 24% de las encuestadas les gustaría contar con salas de espera confortable, cafetería light, salón para bailoterapia.
- ✓ El 20% de las encuestadas les gustaría tener paquetes promocionales y venta de productos.

APENDICE N° 4

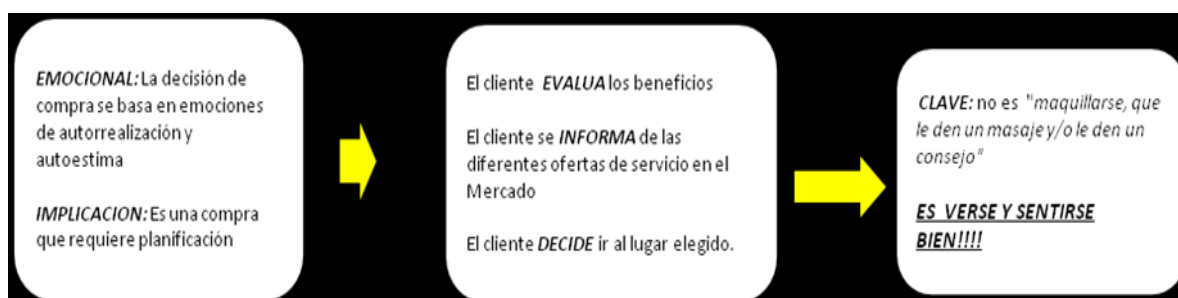
PROPUESTA DE VALOR

APÉNDICE 4.1.

MATRIZ DE COMPORTAMIENTO DE ELECCION DE COMPRA – KOTLER

Comportamiento de elección de compra		
	MODO INTELECTUAL Razón – Lógica - Emoción	MODO EMOCIONAL Emoción-Sentido-Intuición
IMPLICACION FUERTE	Aprendizaje: <i>aprende –siente - hace</i> las características objetivas y funcionales son importantes	Afectividad: <i>siente-aprende-hace</i> la elección de los productos o marcas devela el sistema de valores o personalidad del comprador
IMPLICACION DEBIL	Rutina: <i>hace-aprende-siente</i> consumidor indiferente siempre que cumplan correctamente con el servicio básico que se espera	Hedonismo: <i>hacer-sentir-aprende</i> pequeños placeres

La adquisición de los servicios de SPA se ubica en el cuadrante Afectividad

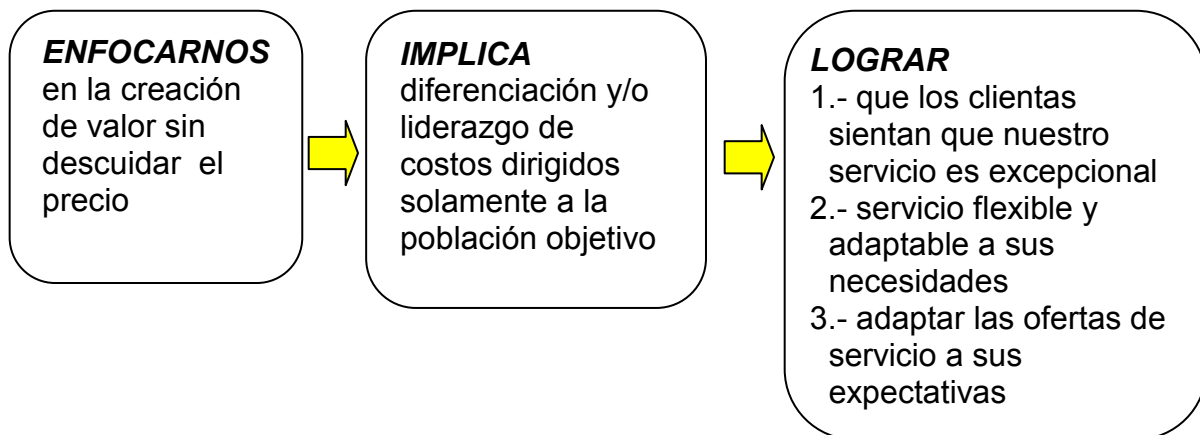


APÉNDICE 4.2.

MATRIZ DE CREACIÓN DE VALOR DE PORTER

Creación de Valor			
Objetivo Estratégico		Ventaja Competitiva	
		Exclusividad percibida por el cliente	Costos Bajos
		DIFERENCIACION	LIDERAZGO EN COSTOS
Para todo el sector	Para un nicho y/o segmento	CONCENTRACION O ENFOQUE ESPECIALISTA	

La estrategia a seguir por SAMAY- SPA Mujer se ubica en el cuadrante concentración o enfoque especialista



APÉNDICE 4.3.

CADENA DE VALOR DE SAMAY SPA MUJER

CADENA DE VALOR DE SAMAY SPA MUJER <i>actividades de la empresa que pueden aportarle una ventaja competitiva potencial</i>	
ACTIVIDADES DE APOYO	INFRAESTRUCTURA DE LA EMPRESA
	<i>(AI) Cumplimiento de las obligaciones adquiridas con las entidades financieras</i>
	<i>(AI) Manejo de todos los recursos tanto humanos como materiales de la empresa de una manera eficiente a través a planeación, organización, dirección y control.</i>
	<i>(AI) Manejo de presupuestos en función de nuestros competidores sin olvidar con lo que nosotros disponemos económicamente</i>
	<i>(AI) Realizar estudios para ver la factibilidad de nuevas inversiones en materiales y equipos</i>
	<i>(AI) Control continuo y oportuno de todos los ingresos y egresos de SAMAY SPA Mujer</i>
	<i>(AI) cumplimiento de las normativas tributarias, salud, media ambiente, trabajo y seguridad</i>
	<i>(AI) y asegurar la creación de valor de todas y/o en la mayor parte de las distintas áreas de la empresa</i>
	<i>(AI) Informes claros y precisos de la situación que la empresa atraviesa para previsión de futuras fallas o errores.</i>
	<i>(AI) cumplimiento de las normativas y leyes ecuatorianas</i>
	<i>(AI) Transparencia en la información que se maneja dentro de la empresa</i>
	<i>(AC) Certificar la empresa ante una entidad gubernamental que avale la calidad de nuestros servicios.</i>
	GESTION DE RRHH
	<i>(AD) Personal capacitado, capaz de responder activamente a los requerimientos de los clientas</i>
	<i>(AD) educación continua de nuestros colaboradores que le permitan crecer profesionalmente</i>

(AD) El capacitar a nuestros colaboradores no es un gasto es una inversión
(AI) Personal con experiencia, buena presencia, comunicativo, con habilidades de manejo de clientas y trabajo en equipo
(AI) Aplicación de bandas salariales acorde a la ley con un programa de incentivos por resultados
(AI) Seguridad laboral de cada uno de nuestros colaboradores haciéndonos conocer como una de las empresas que cuenta con buen ambiente laboral.
(AI) Mantener un ambiente libre de peligros
(AI) reconocimiento a nuestros colaboradores por su alto desempeño
(AI) reglas de juego claras apegados al derecho y la ley
DESARROLLO DE TECNOLOGIA
(AD) mejora continua de los procesos para que los clientes sientan que nuestro servicio es excepcional
(AD) Software para manejo de los procesos lo cual garantiza una eficacia en la operación, control y manejo de los recursos distintos y servicios
(AD) Asegurar la confidencialidad de la información proporcionada por cada uno de los clientes
(AI) Mantener la formalidad en todos nuestros procesos apegados a normativas y procedimiento pre establecidos
ABASTECIMIENTO
(AD) asegurar la cantidad de insumos para poder cumplir con los requerimientos de los clientes

	<i>(AD) Equipos modernos y acorde con las necesidades de los clientes</i>				
	<i>(AD) Ambientes amplios y acogedores</i>				
	<i>(AD) integrar la TIC en nuestros procesos de toma de decisiones tanto operativas como estratégicas.</i>				
	<i>(AD) utilizar productos y/o equipos de reconocidas marcas que generen confianza en los clientas para que nos asocien con calidad</i>				
	<i>(AI) Asegurar la calidad de los materiales utilizados en cada uno de los tratamientos recibidos por los clientes</i>				
	<i>(AI) adquisición de mobiliario que le de status al negocio y se identifique con los clientes</i>				
ACTIVIDADES PRIMARIAS	LOGISTICA DE ENTRADA	OPERACIONES	LOGISTICA DE SALIDA	MERCADOTECNIA Y VENTAS	SERVICIO
	Control de inventarios:(AD) <i>permite evaluar los costos así como del flujo de materiales o insumos</i>			Publicidad: (AD) <i>Despertar en los clientes experiencias sensoriales que produzcan en ellas el mensaje que necesita SAMAY para ser posicionada en sus mentes.</i>	soporte a clientas:(AD) <i>Brindar atención cálida y personalizada centrados en el cliente</i>
	proveedores:(AD) <i>Buena relación con proveedores, asegurándonos precios y atención adecuadas a lass necesidades</i>			Publicidad: (AD) <i>SAMAY no vende un servicio, vende una experiencia:"verse y sentirse bien" SAMAY significa: "Descansar....Respirar..."</i>	solución de reclamo: (AD) <i>Capacidad de respuesta a cualquier inquietud, queja o reclamo de nuestros clientas, asegurándoles una pronta solución al mismo</i>

	Promoción:(AD) <i>Descuentos en el precio del servicio por un determinado tiempo.</i>	Comunicación:(AD) <i>fluida y constante entre todos los colaboradores para mantenerse informado sobre las reservaciones hechas por los clientes</i>
	Promoción:(AD) <i>Participación en ferias y/o convenciones para promocionar y mostrar nuestros servicios</i>	Personal:(AD) <i>profesionales calificados y entrenados para brindar lo mejor de sus conocimientos al servicio del cliente</i>
	Promoción: (AD) <i>Regalo de artículos útiles con la marca de SAMAY que se entregan gratuitamente al cliente</i>	Equipos:(AD) <i>Modernos con el mayor y mejor respaldo tecnológico.</i>
	Promoción: (AD) <i>Servicios gratuitos a los clientes frecuentes y por cumpleaños</i>	instalación:(AD) <i>diseñada acorde a normativas que le permitan una adecuada operatividad y sensación de libertad</i>
	TIC: (AD) <i>El uso de la tecnología celular es la mejor herramienta para persuadir a los clientas</i>	instalación:(AD) <i>Diseño que despierte el interés a las clientas potenciales por entrar en el establecimiento</i>
		instalación:(AD) <i>Ubicación estratégica acorde a sus necesidades</i>
		Entrenamiento:(AI) <i>actualización sobre temas y novedades de salud y belleza para estar a la vanguardia.</i>

	Mantenimiento y reparación: (AI) Control preventivo de todos los equipos evitando así fallas o imprevistos
	Limpieza:(AI) Mantener las instalaciones impecables en el menor tiempo para así cumplir con los horarios establecidos con nuestros clientas.
	repuestos: (AI) Mantener un stock mínimo de repuestos que garanticen el adecuado funcionamiento de los equipos
	Supervisión:(AC) continua de la labor de nuestro personal asegurando así el cumplimiento de nuestros compromisos con los clientas

actividades competitivas cruciales

(AD) Las Actividades Directas, que son aquellas directamente comprometidas en la creación de valor para el comprador.

(AI) Las Actividades Indirectas, que son aquellas que le permiten funcionar de manera continua a las actividades directas.

(AC) El Aseguramiento de la Calidad, en el desempeño de todas las actividades de la empresa.

APENDICE N° 5 MATRIZ DE ANALISIS FODA

MATRIZ IFAS						
CUALIDAD	CODIGO	FACTORES	CALIFICACION (1 al 5) (1 es el valor más bajo y 5 el peso más alto)			
			Francisco	Ma. del Carmen	Ma. Alexandra	Promedio
FORTALEZAS	F01	conocimiento de las necesidades del cliente	5	5	5	5.00
	F02	servicio diferenciado (asesorías en bienestar)	5	5	5	5.00
	F03	ubicación en el sector norte	5	5	5	5.00
	F04	calidad de servicio	5	5	5	5.00
	F05	area confortable de espera con cafetería light	5	5	5	5.00
	F06	personal calificado	4	4	4	4.00
	F07	productos de primera calidad	4	4	4	4.00
	F08	contactos y redes sociales	5	3	4	4.00
	F09	actualización y mejoras continuas de los servicios	3	4	4	3.67
	F10	precios competitivos	4	4	3	3.67
DEBILIDADES	D01	capital de trabajo alto	5	5	5	5.00
	D02	somos nuevos en el mercado	3	4	4	3.67
	D03	se requiere de mucho personal capacitado	3	3	4	3.33
	D04	alta rotación del personal calificado	3	4	3	3.33

MATRIZ EFAS						
CUALIDAD	CODIGO	FACTORES	CALIFICACION (1 al 5) (1 es el valor más bajo y 5 el peso más alto)			
			Francisco	Ma. Del Carmen	Ma. Alexandra	Promedio
OPORTUNIDADES	O01	mercado en crecimiento	5	5	5	5.00
	O02	crear una alternativa en servicios de SPA	5	5	5	5.00
	O03	captación de nuevos clientes por referencias de los actuales	5	5	5	5.00
	O04	enfocados en el benéfico y no en el precio	5	5	4	4.67
	O05	poder de negociación con proveedores exclusivos	5	4	4	4.33
	O06	Mantener la variedad de servicios	5	3	4	4.00
	O07	potencial de crecimiento a través de franquicias entre los socios	4	3	4	3.67
AMENAZAS	A01	los consumidores cambian sus preferencias	5	5	5	5.00
	A02	dejar de brindar las asesorías gratuitas	5	5	5	5.00
	A03	la economía familiar se vea afectada	5	5	5	5.00
	A04	incrementos de remuneraciones salariales o cargas impositivas	5	5	5	5.00
	A05	descuidar la variedad de servicios	4	4	5	4.33
	A06	depender totalmente de un proveedor exclusivo	3	5	5	4.33
	A07	descuidar la calidad, imagen y servicio	4	4	4	4.00
	A08	mejor opción de la competencia para un producto similar	4	4	4	4.00
	A09	que se considere como un bien suntuario	3	4	4	3.67
	A10	incremento de las regulaciones legales de funcionamiento	3	3	3	3.00

SINTESIS FODA																																
CUALIDAD	CODIGO	PESO	FACTORES	Calificacion																						MEDIA	CODIGO					
FORTALEZAS	F01	5.00	Capacidad de crecimiento	F02	F03	F04	F06	F07	F08	F09	D01	D02	O01	O02	O03	O07	A01	A02	A03	A04	A07	A08	A09	A10						4.41	F01	
	F02	5.00	servicio diferenciado (asesorias en bienestar)	F01	F04	F05	F06	F09	D03	O01	O02	O04	A01	A02	A08																4.56	F02
	F03	5.00	ubicacion en el sector norte	F01	D01	D02	O01	O07	A01	A10																					4.33	F03
	F04	5.00	calidad de servicio	F02	F05	F06	F07	F09	F10	D01	D03	D04	O02	O03	O04	O06	A01	A02	A05	A07	A06	A08									4.33	F04
	F05	5.00	area confortable de espera con cafeteria light	F01	F04	F09	D01	O02	O03	O04	O06	A01	A05	A07	A08																4.56	F05
	F06	4.00	personal calificado	F01	F02	F04	F08	D01	D03	D04	O01	O03	O04	O05	A01	A04	A07														4.55	F06
	F07	4.00	productos de primera calidad	F02	F05	F06	F07	F09	F10	D01	D03	D04	O02	O03	O04	O06	A01	A02	A05	A07	A06	A08									4.33	F07
	F08	4.00	contactos y redes sociales	F01	F05	F09	F06	D02	O01	O02	O03	O05	A01	A06	A02																4.58	F08
	F09	3.67	actualizacion y mejoras continuas de los servicios	F01	F02	F04	F05	F06	F10	D01	D02	D03	O01	O02	O03	O04	O06	A01	A02	A05	A08										4.54	F09
	F10	3.67	precios competitivos	F03	F04	F07	D01	D02	D03	D04	O01	A02	A03	A04	A06	A07	A08	A09	A10													4.27
DEBILIDADES	D01	5.00	capital de trabajo alto	F01	F03	F05	F06	F07	D03	D04	O01	O05	O02	A01	A04	A10															4.38	D01
	D02	3.67	somos nuevos en el mercado	F01	F03	F04	F07	F06	F08	F10	D01	O01	O02	O03	O06	A01	A02	A03	A05	A07	A08	A09	A10								4.43	D02
	D03	3.33	se requiere de mucho personal capacitado	F02	F04	F06	F08	D01	D04	O01	O05	A04	A02	A05	A07	A08															4.46	D03
	D04	3.33	alta rotacion del personal calificado	F01	F06	F08	D03	O01	O04	A02	A04	A05	A07																		4.43	D04
OPORTUNIDADES	O01	5.00	mercado en crecimiento	F01	F02	F03	F08	F09	F10	D01	D02	D03	D04	O02	O04	O05	O06	O07	A01	A03	A04	A05	A06	A07	A10						4.27	O01
	O02	5.00	crear una alternativa en servicios de SPA	F01	F02	F04	F05	F09	D01	D02	O03	O04	O06	A01	A02	A05	A07	A08	A09												4.50	O02
	O03	5.00	captacion de nuevos clientes por referencias de los actuales	F01	F02	F03	F04	F05	F07	F08	F09	F10	D02	O01	O02	O04	O06	A01	A02	A05	A07	A08									4.47	O03
	O04	4.67	enfocados en el benefico y no en el precio	F02	F04	F05	F06	F07	F08	F09	D02	D03	D04	O02	O03	O06	A01	A02	A05	A07	A08										4.30	O04
	O05	4.33	poder de negociacion con proveedores exclusivos	F04	F06	F07	F10	D01	D03	O01	A06	A07	O07																		4.20	O05
	O06	4.00	Mantener la variedad de servicios	F01	F02	F04	F05	F07	F09	F10	D02	D03	D04	O01	O02	O03	O04	A01	A02	A03	A05	A07	A08								4.43	O06
	O07	3.67	potencial de crecimiento a traves de franquicias entre los socios	F01	F03	F08	F09	F10	D01	D02	O01	O02	O03	A01	A03	A04	A05	A07	A08	A10											4.43	O07
AMENAZAS	A01	5.00	los consumidores cambian sus preferencias	F01	F02	F03	F07	F09	F10	D01	D02	O01	O02	O03	O06	A02	A03	A05	A07	A08											4.49	A01
	A02	5.00	dejar de brindard las asesorias gratuitas	F02	F04	F06	F07	F09	D01	D03	D04	O02	O03	O04	O06	O07	A01	A05	A07	A08											4.29	A02
	A03	5.00	la economia familiar se vea afectada	F01	F04	F05	F10	O01	O02	O05	O06	A01	A02	A08	A09																4.56	A03
	A04	5.00	incrementos de remuneraciones salariales o cargas impositivas	F01	F06	D01	D03	D04	O01	O04	A03	A05	A07	A10																	4.24	A04
	A05	4.33	descuidar la variedad de servicios	F01	F02	F04	F05	F06	F07	F09	D02	D01	D03	D04	O01	O02	O04	O06	A01	A02	A04	A07	A08								4.43	A05
	A06	4.33	depender totalmente de un proveedor exclusivo	F01	F02	F07	F10	D01	D02	O01	O05	A05	A07	A08																	4.36	A06
	A07	4.00	descuidar la calidad, imagen y servicio	F01	F02	F04	F05	F07	F08	F09	F10	F06	D01	D02	D03	D04	O02	O01	O03	O04	O06	O07	A01	A02	A05	A08	4.33	4.00			4.36	A07
	A08	4.00	mejor opcion de la competencia para un producto similar	F01	F02	F03	F04	F05	F06	F07	F08	F09	F10	D01	D02	O01	O02	O03	O04	O06	A01	A02	A05	A07							4.52	A08
	A09	3.67	que se considere como un bien sustuario	F01	F08	F10	D01	O01	O02	O03	O04	A03	A10																		4.53	A09
	A10	3.00	incremento de las regulaciones legales de funcionamiento	F01	F03	F07	F09	F10	D01	D02	O01	O05	O07	A02	A04	A09															4.36	A10

Resumen Síntesis FODA # 1			
CODIGO	PESO	FACTORES	MEDIA
A03	5.00	la economía familiar se vea afectada	4.56
A09	3.67	que se considere como un bien suntuario	4.53
A08	4.00	mejor opción de la competencia para un producto similar	4.52
A01	5.00	los consumidores cambian sus preferencias	4.49
A05	4.33	descuidar la variedad de servicios	4.43
A06	4.33	depender totalmente de un proveedor exclusivo	4.36
A07	4.00	descuidar la calidad, imagen y servicio	4.36
A10	3.00	incremento de las regulaciones legales de funcionamiento	4.36
A02	5.00	dejar de brindar las asesorías gratuitas	4.29
A04	5.00	incrementos de remuneraciones salariales o cargas impositivas	4.24
D03	3.33	se requiere de mucho personal capacitado	4.46
D02	3.67	somos nuevos en el mercado	4.43
D04	3.33	alta rotación del personal calificado	4.43
D01	5.00	capital de trabajo alto	4.38
F08	4.00	contactos y redes sociales	4.58
F02	5.00	servicio diferenciado (asesorías en bienestar)	4.56
F05	5.00	area confortable de espera con cafetería light	4.56
F06	4.00	personal calificado	4.55
F09	3.67	actualización y mejoras continuas de los servicios	4.54
F01	5.00	Capacidad de crecimiento	4.41
F03	5.00	ubicación en el sector norte	4.33
F04	5.00	calidad de servicio	4.33

F07	4.00	productos de primera calidad	4.33
F10	3.67	precios competitivos	4.27
O02	5.00	crear una alternativa en servicios de SPA	4.50
O03	5.00	captación de nuevos clientes por referencias de los actuales	4.47
O06	4.00	Mantener la variedad de servicios	4.43
O07	3.67	potencial de crecimiento a través de franquicias entre los socios	4.43
O04	4.67	enfocados en el benéfico y no en el precio	4.30
O01	5.00	mercado en crecimiento	4.27
O05	4.33	poder de negociación con proveedores exclusivos	4.20

Resumen Síntesis FODA # 2			
CODIGO	PESO	FACTORES	MEDIA
A03	5.00	la economía familiar se vea afectada	4.56
A09	3.67	que se considere como un bien suntuario	4.53
A08	4.00	mejor opción de la competencia para un producto similar	4.52
A01	5.00	los consumidores cambian sus preferencias	4.49
A05	4.33	descuidar la variedad de servicios	4.43
D03	3.33	se requiere de mucho personal capacitado	4.46

D02	3.67	somos nuevos en el mercado	4.43
D04	3.33	alta rotación del personal calificado	4.43
D01	5.00	capital de trabajo alto	4.38
F08	4.00	contactos y redes sociales	4.58
F02	5.00	servicio diferenciado (asesorías en bienestar)	4.56
F05	5.00	area confortable de espera con cafetería light	4.56
F06	4.00	personal calificado	4.55
F09	3.67	actualización y mejoras continuas de los servicios	4.54
O02	5.00	crear una alternativa en servicios de SPA	4.50
O03	5.00	captación de nuevos clientes por referencias de los actuales	4.47
O06	4.00	Mantener la variedad de servicios	4.43
O07	3.67	potencial de crecimiento a través de franquicias entre los socios	4.43
O04	4.67	enfocados en el benéfico y no en el precio	4.30

MATRIZ DE ALTERNATIVAS ESTRATEGICAS

ANALISIS INTERNO

"Una empresa debe tratar de llevar a cabo estrategias que obtengan beneficios de sus fortalezas internas, aprovechar las oportunidades externas, mitigar las debilidades internas y evitar o aminorar el impacto de las amenazas externas. En este proceso radica la esencia de la Gerencia Estrategia".

FORTALEZAS	
F1	contactos y redes sociales
F2	servicio diferenciado (asesorias en bienestar)
F3	area confortable de espera con cafeteria light
F4	personal calificado
F5	actualizacion y mejoras continuas de los servicios

DEBILIDADES	
D1	se requiere de mucho personal capacitado
D2	somos nuevos en el mercado
D3	alta rotacion del personal calificado
D4	capital de trabajo alto
D5	

Estrategias FO (ofensivas)
Crear aquí estrategias que usen fortalezas para aprovecharlas oportunidades

Estrategias DO (adaptivas)
Crear aquí estrategias que aprovechen las oportunidades superando las debilidades
Brechas:

OPORTUNIDADES	O1	crear una alternativa en servicios de SPA
	O2	captacion de nuevos clientes por referencias de los actuales
	O3	Mantener la variedad de servicios
	O4	potencial de crecimiento a traves de franquicias entre los socios
	O5	enfocados en el benefico y no en el precio

F1-O2-O4	Ampliar su rango de clientes atendiendo a mujeres ejecutivas de clase media y media alta
F5-O1-O3-O5	Elaborar una base de datos de clientes para su seguimiento: gustos y preferencias
F1-O2	Crear una cuenta en facebook y Twitter
F5-O1-O3-O5	Elaborar un plan anual de charlas y asesorias gratuitas para la mujer
F3-O1-O2-O3-O5	disenar una sala de espera con cafetria light

D2-O1-O2-O4	promocionar nuestro servicio valiendonos de las redes sociales y referencias de nuestros clientes
D1-O1-O5	crear valor a traves de los beneficios funcionales y simbolicos
D4-O1-O4-O5	contar con equipos multifuncionales para manejar varios servicios
D3-O1-O2-O4	contar con equipos modernos y de alta tecnologia minimizando asi la dependencia con el personal operativo.

Estrategias FA (reactivas)
Crear aquí estrategias que utilicen fortalezas para enfrentar amenazas

Estrategias DA (defensivas)
Crear aquí estrategias que minimicen las debilidades y eliminen las amenazas
Brechas:

AMENAZAS	A1	la economia familiar se vea afectada
	A2	que se considere como un bien sustuario
	A3	mejor opcion de la competencia para un producto similar
	A4	los consumidores cambian sus preferencias

F1-A1	incentivar a las clientas actuales para que traigan nuevas clientas a cambio de descuentos en los servicios que toman.
F5-A1-A3-A4	armar paquetes promocionales personalizados
F3-A4-A5	disenar una sala de espera segun las necesidades de las clientas
F4-A3-A4	capacitacion continua del personal en servicio al cliente

D1-A3-A5	entrenamiento continuo de nuestro personal en nuevas tecnicas y terapias. Asi como tambien equipos de alta tecnologia
D2-A1-A3-A4-A5	promocionar nuestro servicios a traves de las redes sociales y brindar servicios que cubran las necesidades de nuestras clientas
D3-A2-A3-A4	enfocados en la mejora continua de nuestros servicios manteniendo una buena infraestructura y recurso humano

ANALISIS EXTERNO

APENDICE N° 6 MAPA ESTRATEGICO

MAPA ESTRATEGICO											
MISION DESCOMPUESTA EN METEAS ESTRATEGICAS											
<i>sienta bienestar, descanso y cuidado de su cuerpo y mente</i> <i>disfrutando de preciosos momentos en nuestro Centro SAMAY SPA</i> <i>líder en el cuidado del bienestar físico, mental y social</i> <i>con presencia en todas las provincias del Ecuador.</i>											
PERSPECTIVAS	ETIQUETAS	OBJETIVOS ESTRATEGICOS	CODIGO	ACCIONES	2011						2012
					Julio	Agosto	Setiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Enero
FINANCIERA	2. Para Enero del 2012 se contara con equipos modernos y multifuncionales, mientras que para Diciembre del 2011 se contara con infraestructura de edificio	2. Para Diciembre del 2011 se contara con una infraestructura de edificio para cada tipo de servicio incluyendo una sala de espera con cafetería light. Para enero 2012 se contara con equipos modernos y multifuncionales para el manejo de varios servicios minimizando así la dependencia con el personal operativo.	O2F1	Selección y cotización de equipos a utilizar							
			O2F2	Orden de compra e importación de equipos y repuestos básicos							
			O2F3	Compra de materiales e insumos a utilizar en los equipos							
			O2F4	instalación de equipos acorde sus requerimientos							
			O2F5	Plan de mantenimiento anual de equipos							
			O2F6	inicio de ejecución de plan de mantenimiento							
			O2F7	Pruebas, calibraciones y entrenamiento del personal en los equipos							
			O2F8	Semana de inauguración							
			O2F9	Tener el diseño, planos y cotización de la infraestructura de edificio							
			O2F10	Tener la propuesta aprobada de la decoración de interiores							
			O2F11	Buscar y alquilar un local en Kennedy norte con un contrato forzado a 5 años.							
			O2F12	Adquisición e instalación de mobiliario							
			O2F13	Trabajos de adecuación y/o remodelación de las áreas: obra civil, eléctrica, plomería, aire acondicionado							
CLIENTES Y COMUNIDAD	1. Para diciembre 2011 se contara una base de datos de clientes con el uso de una cuenta en Facebook, Twitter y pagina 3. Para diciembre del 2011 se elaboraran los paquetes promocionales	1. Para diciembre del 2011 elaborar una base de datos de clientes para el primer año de funcionamiento para mantener un continuo seguimiento de los clientes segun sus gustos y 3. Para diciembre del 2011 se elaboraran los paquetes promocionales, incentivar a las clientas frecuentes para que traigan amigas a cambio de descuentos en los servicios que toman.	O1C1	Recolección de datos de los potenciales clientes							
			O1C2	Contratar y diseñar una pagina Web para SAMAY - SPA MUJER							
			O1C3	Abrir y probar cuenta en Facebook, Twitter y Pagina Web							
			O1C4	Inicio de comunicación y publicidad con clientes							
			O3C1	Lista de todos los servicios a ofrecer y costos PVP							
			O3C2	Elaboración de paquetes promocionales							
			O3C3	Aprobación de paquetes promocionales							
			O3C4	Plan de revisión de paquetes promocionales cada 3 meses							
PROCESOS INTERNOS	4. Para enero del 2012 se contara con personal altamente calificado	4. Para Enero del 2012 se contara con personal altamente calificado, para dar un servicio personalizado	O4.P1	Buscar una empresa de colocación para selección de personal							
			O4.P2	Contratar personal							
			O4.P3	Elaboración de procedimientos mantenimiento de instalaciones							
			O4.P4	Entrenamiento de personal en servicio al cliente							
			O4.P5	Compra de uniformes							
			O4.P6	Establecimiento de horarios de atención							
			O4.P7	Charla de inducción al personal							
			O4.P8	Entrenamiento del personal en los equipos							
APRENDIZAJE Y CRECIMIENTO	5. Para diciembre del 2011 se contara con el programa anual de capacitación continua	5. Para diciembre 2011 se contara con un programa anual de capacitación continua en servicio al cliente, técnicas, y productos nuevos y terapias asociadas con el mundo de la belleza e imagen personal,	O5A1	Conseguir alianzas con proveedores de productos para asesoramiento							
			O5A2	Buscar y participar en ferias internacionales sobre nuevas técnicas							
			O5A3	Conseguir asesoramiento de la empresa proveedora de los equipos para entrenamiento							
			O5A4	Elaboración del programa anual de capacitación continua							

APENDICE N° 7 ANALISIS DE COSTO Y FIJACION DE PRECIOS**APÉNDICE 7.1. MAESTRA DE COSTO DE SERVICIOS****MAESTRA DE COSTO DE SERVICIOS**

1 oz=	29,57353	ml	1 gramo = 0,0352739619 onzas	HORAS/ AÑO	2880
	28,34952	g		HORAS FESTIVOS	-96
1 g =	0,035273962	oz			2784

Código
SAP

2011001	Desmaquillaje y Limpieza de Cutis Normal/ Mixto				STD BATCH:	1,0000	UNDS /AÑO:	345,6	%YIELD:	96%	331,78
	Item	DESCRIPCION	UM	CANTIDAD	SCRAP	cantidad total	US\$/servicio	CANTIDAD ANUAL	US\$ /ANUAL	PRESENT.	cantidad
	D- 001	Soft Clean- Gentle Eye Makeup Remover	oz	0,0353	1,0010	0,03531	0,16097	12,2029	55,6307		
	D- 002	Take It Away-Total Makeup Remover	oz	0,0353	1,0010	0,03531	0,11594	12,2029	40,0691		
	D- 003	Take It Away toallitas	Und.	5,0000	1,0010	5,00500	1,94639	1.730	672,6720	PQTE X 45	15
	D- 004	LongWear Eye and Lip Makeup Remover,	oz	0,0705	1,0010	0,07062	0,01412	24,4057	4,8811		
	D- 005	Agua destilada / Purificada	oz	0,1764	1,0010	0,17655	0,01765	61,0144	6,1014		
	D- 006	Classic Makeup Pads -Desmaquilladores	oz	0,0353	1,0010	0,03531	0,00095	12,2029	0,3280		
	LC- 001	1. Perfectly Clean- Splash Away Foaming Cleanser	oz	0,0353	1,0010	0,03531	0,16814	12,2029	58,1089		
	LC- 002	2. Perfectly Clean Fresh Balancing Lotion	oz	0,0353	1,0010	0,03531	0,10540	12,2029	36,4265		
	LC- 003	3. Perfectly Clean -Light Lotion Cleanser	oz	0,0353	1,0010	0,03531	0,12121	12,2029	41,8905		
						TOTAL	\$ 2,651	1.888,3653	\$ 916,11		

2011002	Desmaquillaje y Limpieza de Cutis - Piel Seca				STD BATCH:	1,0000	UNDS /AÑO:	230,4	%YIELD:	96%	221,18
	Item	DESCRIPCION	UM	CANTIDAD	SCRAP	cantidad total	US\$/servicio	CANTIDAD ANUAL	US\$ /ANUAL	PRESENT.	cantidad
	D- 001	Soft Clean- Gentle Eye Makeup Remover	oz	0,0353	1,0010	0,03531	0,16097	8,1352	37,0872		

D- 002	Take It Away-Total Makeup Remover	oz	0,0353	1,0010	0,03531	0,11594	8,1352	26,7128		
D- 003	Take It Away toallitas	Und.	5,0000	1,0010	5,00500	1,94639	1.153,1520	448,4480	PQTE X 45	10
D- 004	LongWear Eye and Lip Makeup Remover,	oz	0,0353	1,0010	0,03531	0,00706	8,1352	1,6270		
D- 005	Agua destilada / Purificada	oz	0,0353	1,0010	0,03531	0,00353	8,1352	0,8135		
LC- 004	4. Soft Clean -Moisture Rich Foaming Cleanser	oz	0,0353	1,0010	0,03531	0,16814	8,1352	38,7393		
LC- 005	5. Soft Clean - Silky Hydrating Lotion	oz	0,0353	1,0010	0,03531	0,07846	8,1352	18,0783		
LC- 006	6. Soft Clean- Tender Creme Cleanser	oz	0,0353	1,0010	0,03531	0,16814	8,1352	38,7393		
TOTAL						\$ 2,65		\$ 610,25		

2011003	Desmaquillaje y Limpieza de Cutis -Piel Grasa				STD BATCH:	1,0000	UNDS /AÑO:	230,4	%YIELD:	96%	221,18
	Item	DESCRIPCION	UM	CANTIDAD	SCRAP	cantidad total	US\$/servicio	CANTIDAD ANUAL	US\$ /ANUAL	PRESENT.	cantidad
	D- 001	Soft Clean- Gentle Eye Makeup Remover	oz	0,0353	1,0010	0,03531	0,16097	8,1352	37,0872		
	D- 002	Take It Away-Total Makeup Remover	oz	0,0353	1,0010	0,03531	0,11594	8,1352	26,7128		
	D- 003	Take It Away toallitas	Und.	5,0000	1,0010	5,00500	1,94639	1.153,1520	448,4480	PQTE X 45	10
	D- 004	LongWear Eye and Lip Makeup Remover,	oz	0,0353	1,0010	0,03531	0,00706	8,1352	1,6270		
	D- 005	Agua destilada / Purificada	oz	0,0353	1,0010	0,03531	0,00353	8,1352	0,8135		
	LC- 007	7. Sparkling Clean - Purifying Mud Foam Cleanser,	oz	0,0353	1,0010	0,03531	0,16814	8,1352	38,7393		
	LC- 008	8. Sparkling Clean- Mattifying Oil-Control Lotion -	oz	0,0353	1,0010	0,03531	0,10277	8,1352	23,6772		
			oz	0,0353	1,0010	0,03531	0,12385	8,1352	28,5341		
TOTAL						\$ 2,63		\$ 605,64			

2011004	Desmaquillaje y Limpieza de Cutis -Piel Sensible				STD BATCH:	1,0000	UNDS /AÑO:	115,2	%YIELD:	96%	110,59
	Item	DESCRIPCION	UM	CANTIDAD	SCRAP	cantidad total	US\$/servicio	CANTIDAD ANUAL	US\$ /ANUAL	PRESENT.	cantidad
	D- 001	Soft Clean- Gentle Eye Makeup	oz	0,0353	1,0010	0,03531	0,16097	4,0676	18,5436		

	Remover									
D- 002	Take It Away-Total Makeup Remover	oz	0,0353	1,0010	0,03531	0,11594	4,0676	13,3564		
D- 003	Take It Away toallitas	Und.	5,0000	1,0010	5,00500	1,94639	576,5760	224,2240	PQTE X 45	5
D- 004	LongWear Eye and Lip Makeup Remover,	oz	0,0353	1,0010	0,03531	0,00706	4,0676	0,8135		
D- 005	Agua destilada / Purificada	oz	0,0353	1,0010	0,03531	0,00353	4,0676	0,4068		
LC- 009	9. Vérité - Light Lotion Cleanser	oz	0,0353	1,0010	0,03531	0,12385	4,0676	14,2670		
LC- 010	10. Vérité - Calming Fluid	oz	0,0353	1,0010	0,03531	1,24621	4,0676	143,5632		
LC- 011	11. Vérité Special EyeCare Vérité	oz	0,0353	1,0010	0,03531	0,12385	4,0676	14,2670		
LC- 012	12. Vérité - Moisture Relief Creme -	oz	0,0353	1,0010	0,03531	0,12385	4,0676	14,2670		
TOTAL						\$ 3,85		\$ 443,71		

2011005	Tratamiento con Suero Reparador / Reducción de poros				STD BATCH:	1,0000	UNDS /AÑO:	345,6	%YIELD:	96%	331,78
	Item	DESCRIPCION	UM	CANTIDAD	SCRAP	cantidad total	US\$/servicio	CANTIDAD ANUAL	US\$ /ANUAL	PRESENT.	cantidad
	D- 001	Soft Clean- Gentle Eye Makeup Remover	oz	0,0353	1,0010	0,03531	0,16097	12,2029	55,6307		
	D- 002	Take It Away-Total Makeup Remover	oz	0,0353	1,0010	0,03531	0,11594	12,2029	40,0691		
	D- 003	Take It Away toallitas	und	5,0000	1,0010	5,00500	1,94639	1.729,7280	672,6720	PQTE X 45	15
	D- 004	LongWear Eye and Lip Makeup Remover,	oz	0,0353	1,0010	0,03531	0,00706	12,2029	2,4406		
	D- 005	Agua destilada / Purificada	oz	0,0353	1,0010	0,03531	0,00353	12,2029	1,2203		
	D- 006	Classic Makeup Pads – Desmaquilladores	oz	0,0353	1,0010	0,03531	0,00095	12,2029	0,3280		
	LC- 001	1. Perfectly Clean- Splash Away Foaming Cleanser	oz	0,0353	1,0010	0,03531	0,16814	12,2029	58,1089		
	LC- 002	2. Perfectly Clean Fresh Balancing Lotion	oz	0,0353	1,0010	0,03531	0,10540	12,2029	36,4265		
	LC- 003	3. Perfectly Clean -Light Lotion Cleanser	oz	0,0353	1,0010	0,03531	0,12121	12,2029	41,8905		
	LC-S 001	1. Advanced Night Repair -	oz	0,0353	1,0010	0,03531	1,60969	12,2029	556,3074		
	LC-S 002	2. Advanced Night Repair Concéntrate -	oz	0,0353	1,0010	0,03531	3,00129	12,2029	1.037,2441		
	LC-S 004	3. Idealist- Suero Refinador de la	oz	0,0353	1,0010	0,03531	1,51622	12,2029	524,0057		

	Piel - Reductor de Poros									
LC-S 003	4. Advanced Night Repair Eye	oz	0,0353	1,0010	0,03531	3,49561	12,2029	1.208,0843		
					TOTAL	\$ 12,2524		\$ 4.234,43		

2011006	Tratamiento Completo (Desmaquillaje -Limpieza- Restaurador - Hidratante				STD BATCH:	1,0000	UNDS /AÑO:	345,6	%YIELD:	96%	331,78
	Item	DESCRIPCION	UM	CANTIDAD	SCRAP	cantidad total	US\$/servicio	CANTIDAD ANUAL	US\$ /ANUAL	PRESENT.	cantidad
	D- 001	Soft Clean- Gentle Eye Makeup Remover	oz	0,0353	1,0010	0,03531	0,16097	12,2029	55,6307		
	D- 002	Take It Away-Total Makeup Remover	oz	0,0353	1,0010	0,03531	0,11594	12,2029	40,0691		
	D- 003	Take It Away toallitas	und	5,0000	1,0010	5,00500	1,94639	1.729,7280	672,6720	PQTE X 45	15
	D- 004	LongWear Eye and Lip Makeup Remover,	oz	0,0353	1,0010	0,03531	0,00706	12,2029	2,4406		
	D- 005	Agua destilada / Purificada	oz	0,0353	1,0010	0,03531	0,00353	12,2029	1,2203		
	D- 006	Classic Makeup Pads – Desmaquilladores	oz	0,0353	1,0010	0,03531	0,00095	12,2029	0,3280		
	LC- 001	1. Perfectly Clean- Splash Away Foaming Cleanser	oz	0,0353	1,0010	0,03531	0,16814	12,2029	58,1089		
	LC- 002	2. Perfectly Clean Fresh Balancing Lotion	oz	0,0353	1,0010	0,03531	0,10540	12,2029	36,4265		
	LC- 003	3. Perfectly Clean -Light Lotion Cleanser	oz	0,0353	1,0010	0,03531	0,12121	12,2029	41,8905		
	LC-S 001	1.Advanced Night Repair -	oz	0,0353	1,0010	0,03531	1,60969	12,2029	556,3074		
	LC-S 002	2. Advanced Night Repair Concéntrate -	oz	0,0353	1,0010	0,03531	3,00129	12,2029	1.037,2441		
	LC-S 004	3. Idealist- Suero Refinador de la Piel - Reductor de Poros	oz	0,0353	1,0010	0,03531	1,51622	12,2029	524,0057		
	LC-S 003	4. Advanced Night Repair Eye	oz	0,0353	1,0010	0,03531	3,49561	12,2029	1.208,0843		
	LC-H 001	Crema Hydrationist	oz	0,0353	1,0010	0,03531	0,78927	12,2029	272,7701		
	LC-H 002	Loción Hydrationist	oz	0,0353	1,0010	0,03531	0,78927	12,2029	272,7701		
	LC-H 003	Crema SPF 15 Hydrationist	oz	0,0353	1,0010	0,03531	0,78927	12,2029	272,7701		
	LC-H 004	Hidratación Hydra Complete	oz	0,0353	1,0010	0,03531	2,71881	12,2029	939,6211		
	LC-H 005	Perfectionist [CP+]	oz	0,0353	1,0010	0,03531	1,66161	12,2029	574,2528		
					TOTAL	\$ 19,0006		\$ 4.234,43			

2011000-T	Tratamiento Facial Completo (Desmaquillaje -Limpieza- Restaurador - Hidratante				STD BATCH:	1,0000	UNDS /AÑO:	345,6	%YIELD:	96%	331,78
	Item	DESCRIPCION	UM	CANTIDAD	SCRAP	cantidad total	US\$/servicio	CANTIDAD ANUAL	US\$ /ANUAL	PRESENT.	cantidad
	D- 001	Soft Clean- Gentle Eye Makeup Remover	oz	0,0353	1,0010	0,03531	0,16097	12,2029	55,6307		
	D- 002	Take It Away-Total Makeup Remover	oz	0,0353	1,0010	0,03531	0,11594	12,2029	40,0691		
	D- 003	Take It Away toallitas	und	5,0000	1,0010	5,00500	1,94639	1.729,7280	672,6720	PQTE X 45	15
	D- 004	LongWear Eye and Lip Makeup Remover,	oz	0,0353	1,0010	0,03531	0,00706	12,2029	2,4406		
	D- 005	Agua destilada / Purificada	oz	0,0353	1,0010	0,03531	0,00353	12,2029	1,2203		
	D- 006	Classic Makeup Pads – Desmaquilladores	oz	0,0353	1,0010	0,03531	0,00095	12,2029	0,3280		
	LC- 001	1. Perfectly Clean- Splash Away Foaming Cleanser	oz	0,0353	1,0010	0,03531	0,16814	12,2029	58,1089		
	LC- 002	2. Perfectly Clean Fresh Balancing Lotion	oz					-	-		
	LC- 003	3. Perfectly Clean -Light Lotion Cleanser	oz	0,0353	1,0010	0,03531	0,12121	12,2029	41,8905		
	LC-S 001	1.Advanced Night Repair -	oz	0,1058	1,0010	0,10593	4,82906	36,6086	1.668,9222		
	LC-S 002	2. Advanced Night Repair Concéntrate -	oz					-	-		
	LC-S 004	3. Idealist- Suero Refinador de la Piel - Reductor de Poros	oz	0,1058	1,0010	0,10593	4,54866	36,6086	1.572,0170		
	LC-S 003	4. Advanced Night Repair Eye	oz	0,1058	1,0010	0,10593	10,48684	36,6086	3.624,2530		
	LC-H 001	Crema Hydrationist	oz	0,1058	1,0010	0,10593	2,36780	36,6086	818,3102		
	LC-H 002	Loción Hydrationist	oz	0,1058	1,0010	0,10593	2,36780	36,6086	818,3102		
	LC-H 003	Crema SPF 15 Hydrationist	oz					-	-		
	LC-H 004	Hidratación Hydra Complete	oz	0,1058	1,0010	0,10593	8,15643	36,6086	2.818,8634		
	LC-H 005	Perfectionist [CP+]	oz	0,1058	1,0010	0,10593	4,98483	36,6086	1.722,7584		
						TOTAL	\$ 40,2656		\$ 7.737,55		

2011007	Tratamiento Manos y Cuerpo				STD BATCH:	1,0000	UNDS /AÑO:	345,6	%YIELD:	96%	331,78
	Item	DESCRIPCION	UM	CANTIDAD	SCRAP	cantidad total	US\$/servicio	CANTIDAD ANUAL	US\$ /ANUAL	PRESENT.	cantidad
	MC- 001	1. Re-Nutriv Intensive Smoothing Hand Creme	oz	0,0459	1,0010	0,04590	0,60753	15,8637	209,9612		

MC- 002	2. Re-Nutriv Intensive Smoothing Body Creme	oz	0,0529	1,0010	0,05296	0,66205	18,3043	228,8038		
MC- 003	3. Re-Nutriv - Intensive Lifting Creme for Throat and Décolletage	oz	0,0353	1,0005	0,03529	2,07598	12,1968	717,4574	PQTE X 45	16
MC- 004	4. Manos / Pies Body Performance	oz	0,0353	1,0010	0,03531	0,11858	12,2029	40,9798		
D- 003	Take It Away toallitas	und	1,0000	1,0000	1,00000	0,38889	345,6000	134,4000		
					TOTAL	\$ 3,8530		\$ 1.331,60		

2011008	Tratamiento Exfoliante				STD BATCH:	1,0000	UNDS /AÑO:	345,6	%YIELD:	96%	331,78
	Item	DESCRIPCION	UM	CANTIDAD	SCRAP	cantidad total	US\$/servicio	CANTIDAD ANUAL	US\$ /ANUAL	PRESENT.	cantidad
	ME- 001	Refinador de Doble Acción Idealist	oz	0,0459	1,0010	0,04590	2,27215	15,8637	785,2548		
	ME- 003	Exfoliante So Polished	oz	0,0540	1,0005	0,05400	1,18792	18,6611	410,5435	PQTE X 45	9
	D- 003	Take It Away toallitas	und	1,0000	1,0000	1,00000	0,38889	345,6000	134,4000		
					TOTAL	\$ 3,8490		\$ 1.330,20			

2011009	Tratamiento Reafirmante				STD BATCH:	1,0000	UNDS /AÑO:	345,6	%YIELD:	96%	331,78
	Item	DESCRIPCION	UM	CANTIDAD	SCRAP	cantidad total	US\$/servicio	CANTIDAD ANUAL	US\$ /ANUAL	PRESENT.	cantidad
	ME- 001	Refinador de Doble Acción Idealist	oz	0,0353	1,0010	0,03531	1,74781	12,2029	604,0422		
	ME- 002	Lifting / Reafirmante Resilience Lift Extreme	oz	0,0430	1,0010	0,04308	1,72309	14,8875	595,5001		
	D- 003	Take It Away toallitas	und	1,0000	1,0000	1,00000	0,38889	345,6000	134,4000		
					TOTAL	\$ 3,8598		\$ 1.333,94			

2011010	Tratamiento Anti edad				STD BATCH:	1,0000	UNDS /AÑO:	345,6	%YIELD:	96%	331,78
	Item	DESCRIPCION	UM	CANTIDAD	SCRAP	cantidad total	US\$/servicio	CANTIDAD ANUAL	US\$ /ANUAL	PRESENT.	cantidad

SR-001	Corrector de Líneas / Arrugas Perfectionist CP+	oz	0,0141	1,0010	0,01412	1,76546	4,8811	610,1436		
SR-005	Refinador / Suavizante de Ojos Idealist	oz	0,0106	1,0010	0,01059	1,08046	3,6609	373,4079		
R-004	Corregir Arrugas de Ojos Perfectionist	oz	0,0106	1,0010	0,01059	0,62310	3,6609	215,3448		
D- 003	Take It Away toallitas	und	1,0000	1,0000	1,00000	0,38889	345,6000	134,4000		
TOTAL						\$ 3,8579		\$ 1.198,90		

20110011	Tratamientos con Equipos Belex - Materiales de Limpieza -				STD BATCH:	1,0000	UNDS /AÑO:	2304	%YIELD:	96%	2.211,84
20110017	Item	DESCRIPCION	UM	CANTIDAD	SCRAP	cantidad total	US\$/servicio	CANTIDAD ANUAL	US\$ /ANUAL	PRESENT.	cantidad
	D- 003	Take It Away toallitas	und	6,0000	1,0010	6,00600	2,33567	13.837,8240	5.381,3760	PQTE X 45	120
	D- 005	Agua destilada / Purificada	oz	3,1747	1,0010	3,17783	0,31778	7.321,7231	732,1723		
TOTAL						\$ 2,6534		\$ 6.113,55			

20110018	Tratamientos Faciales con Equipo Belex- Materiales de Limpieza -				STD BATCH:	1,0000	UNDS /AÑO:	2304	%YIELD:	96%	2.211,84
20110023	Item	DESCRIPCION	UM	CANTIDAD	SCRAP	cantidad total	US\$/servicio	CANTIDAD ANUAL	US\$ /ANUAL	PRESENT.	cantidad
	D- 003	Take It Away toallitas	und	6,0000	1,0010	6,00600	2,33567	13.837,8240	5.381,3760	PQTE X 45	120
	D- 005	Agua destilada / Purificada	oz	3,1747	1,0010	3,17783	0,31778	7.321,7231	732,1723		
TOTAL						\$ 2,6534		\$ 6.113,55			

2011001	Tratamientos Faciales con Photocare- Materiales				STD BATCH:	1,0000	UNDS /AÑO:	1200	%YIELD:	96%	1.152,00
	Item	DESCRIPCION	UM	CANTIDAD	SCRAP	cantidad total	US\$/servicio	CANTIDAD ANUAL	US\$ /ANUAL	PRESENT.	cantidad
	D- 003	Take It Away toallitas	und	6,0000	1,0010	6,00600	2,3357	7.207,2000	2.802,8000	PQTE X 45	62
	D- 005	Agua destilada / Purificada	oz	3,1747	1,0010	3,17783	0,3178	3.813,3975	381,3397		
	EQ-0006	Mascara facial	und	1,0000	1,0000	1,00000	2,4222				

						TOTAL	\$ 5,0757		\$ 3.184,14
--	--	--	--	--	--	--------------	------------------	--	--------------------

items según requerimientos :

costo / item

EQ-0006	Pack producto HydroCare mascara	und	1,0000	1,0000	1,00000	2,4222
EQ-0007	Pack producto LightCare mascara	und	1,0000	1,0000	1,00000	2,4222
EQ-0008	Pack producto BlueCare mascara	und	1,0000	1,0000	1,00000	2,4222
EQ-0009	Pack producto WrinkleCare mascara	und	1,0000	1,0000	1,00000	2,4222
EQ-0010	Pack producto LiftCare mascara	und	1,0000	1,0000	1,00000	2,4222

581,34

581,34

581,34

581,34

581,34

\$ 2.906,69

2011001	Tratamientos Faciales con Photocare- Materiales				STD BATCH:	1,0000	UNDS /AÑO:	1200	%YIELD:	96%	1.152,00
	Item	DESCRIPCION	UM	CANTIDAD	SCRAP	cantidad total	US\$/servicio	CANTIDAD ANUAL	US\$ /ANUAL	PRESENT.	cantidad
	EQ-0011	Kit producto SmileCare	und	1,0000	1,0000	1,00000	5,0000	1.200,0000	6.000,0000		
						TOTAL	\$ 5,0000		\$ 6.000,00		

20110024	Tratamientos Corporales Firming con Equipos Dermoheat - Materiales				STD BATCH:	1,0000	UNDS /AÑO:	1200	%YIELD:	96%	1.152,00
	Item	DESCRIPCION	UM	CANTIDAD	SCRAP	cantidad total	US\$/servicio	CANTIDAD ANUAL	US\$ /ANUAL	PRESENT.	cantidad
	D- 003	Take It Away toallitas	und	1,0000	1,0010	1,00100	0,3893	1.201,2000	467,1333	PQTE X 45	10
	D- 005	Agua destilada / Purificada	oz	3,1747	1,0010	3,17783	0,3178	3.813,3975	381,3397		
	EQ-0013	Aceite Essential Firming					12,0000				
						TOTAL	\$ 12,7071		\$ 848,47		

20110024	Tratamiento Essential Firming		
	EQ-0013	Aceite Essential Firming	
20110025	Tratamiento - Essential Age		

US\$/servicio
\$ 12,00
US\$/servicio

\$ 6.220,80

	EQ-0014	Aceite Essential Age	
20110026	Tratamiento Essential Contour		
	EQ-0015	Aceite Essential Contour	

\$ 12,00
US\$/servicio
\$ 12,00

\$ 8.294,40
\$ 6.220,80

20110027	Presoterapia con Presor 03- Corporal,		
	Ref. 33038	Pantalon de papel	

US\$/servicio
\$ 2,65

\$ 6.105,60

20110028	Sesion Impact 3 en uno Cavitación, Electroporación		
	Ref. 32002	Gel electroterapia G-1	

US\$/servicio
\$ 2,65

\$ 6.109,36

							3150,72	%YIELD:	96%	3.024,69	
20110029	Tratamientos Depilatorios IPL de pulso variable		UM	CANTIDAD	SCRAP	cantidad total	US\$/servicio	CANTIDAD ANUAL	US\$ /ANUAL	PRESENT.	cantidad
20110046											
	D- 003	Take It Away toallitas	und	6,0000	1,0010	6,00600	2,3357	18.923,2243	7.359,0317	PQTE X 45	164
	D- 005	Agua destilada / Purificada	oz	3,1747	1,0010	3,17783	0,3178	10.012,4564	1.001,2456		
							2,6534		\$ 8.360,28		

							506,88	%YIELD:	96%	486,60	
20110047	Tratamientos de fotorejuvenecimiento VPL		UM	CANTIDAD	SCRAP	cantidad total	US\$/servicio	CANTIDAD ANUAL	US\$ /ANUAL	PRESENT.	cantidad
20110049											
	D- 003	Take It Away toallitas	und	6,0000	1,0010	6,00600	2,3357	3.044,3213	1.183,9027	PQTE X 45	26
	D- 005	Agua destilada / Purificada	oz	3,1747	1,0010	3,17783	0,3178	1.610,7791	161,0779		
							2,6534		\$ 1.344,98		

20110050	Tratamientos de acné vulgaris - VPL							115,2	%YIELD:	96%	110,59
								CANTIDAD ANUAL	US\$ /ANUAL	PRESENT.	cantidad
	D- 003	Take It Away toallitas	und	6,0000	1,0010	6,00600	2,3357	691,8912	269,0688	PQTE X 45	6
	D- 005	Agua destilada / Purificada	oz	3,1747	1,0010	3,17783	0,3178	366,0862	36,6086		
							2,6534		\$ 305,68		

20110051	Tratamiento SPA-Relax-Jacuzzi		UM	CANTIDAD	SCRAP	cantidad total	US\$/servicio	2304	%YIELD:	96%	2.211,84
								CANTIDAD ANUAL	US\$ /ANUAL	PRESENT.	cantidad
	EQ-0019	Salida de Baño	und	1,0000	1,0000	1,00000	1,0000	2.304,0000	2.304,0000		
	EQ-0001	Bactericida	und	3,0000	1,0000	3,00000	0,2000	6.912,0000	460,8000		
							1,2000		\$ 2.764,80		

20110052	Tratamiento SPA-Relax- Sauna		UM	CANTIDAD	SCRAP	cantidad total	US\$/servicio	2304	%YIELD:	96%	2.211,84
								CANTIDAD ANUAL	US\$ /ANUAL	PRESENT.	cantidad
	EQ-0019	Salida de Baño	und	1,0000	1,0000	1,00000	0,3889	2.304,0000	896,0000		
	EQ-0001	Bactericida	und	3,0000	1,0000	3,00000	0,6000	6.912,0000	1.382,4000		
							0,9889		\$ 2.278,40		

20110053 20110059	Tratamiento SPA-Relax		UM	CANTIDAD	SCRAP	cantidad total	US\$/servicio	2966,4	%YIELD:	96%	2.847,74
								CANTIDAD ANUAL	US\$ /ANUAL	PRESENT.	cantidad
	EQ-0019	Salida de Baño	und	1,0000	1,0000	1,00000	1,0000	2.966,4000	2.966,4000		
	EQ-0001	Bactericida	und	3,0000	1,0000	3,00000	0,2000	8.899,2000	593,2800		
							1,2000		\$ 3.559,68		

								2304	%YIELD:	96%	2.211,84
20110053	Tratamiento SPA-Relax - Geoter		UM	CANTIDAD	SCRAP	cantidad total	US\$/servicio	CANTIDAD ANUAL	US\$ /ANUAL	PRESENT.	cantidad
20110059											
	EQ-0019	Salida de Baño	und	1,0000	1,0000	1,00000	1,0000	2.304,0000	2.304,0000		
	EQ-0001	Bactericida	und	3,0000	1,0000	3,00000	0,2000	8.899,2000	593,2800		
							1,2000		\$ 2.897,28		

								3456	%YIELD:	96%	3.317,76
20110060	Belleza		UM	CANTIDAD	SCRAP	cantidad total	US\$/servicio	CANTIDAD ANUAL	US\$ /ANUAL	PRESENT.	cantidad
	D- 003	Take It Away toallitas	und	2,0000	1,0010	2,00200	0,7786	6.918,9120	2.690,6880		
	D- 005	Agua destilada / Purificada	oz	3,1747	1,0010	3,17783	0,3178	10.982,5847	1.098,2585		
							1,0963		\$ 3.788,95		

APÉNDICE 7.2. ANALISIS DE CAPACIDAD DE LAS LINEAS**ANALISIS DE CAPACIDAD DE LINEAS:****100%**

LINEA	CODIGO	DESCRIPTION	TIEMPO REQUERIDO POR SERVICIO	ESTIMADO DE DEMANDA DEL SERVICIO		ESTIMADO MENSUAL DE VENTAS	
			HORAS/ SERVICIO	%	HORAS/ MES	SERVICIOS/ MES	SERVICIOS /AÑO
LINEA 1 <i>Limpiezas y Tratamientos facial manuales</i>	20110001	Limpieza facial -piel Normal / Mixta	1,5	15%	43,20	29	346
	20110002	Limpieza facial -piel Seca	1,5	10%	28,80	19	230
	20110003	Limpieza facial -piel Grasa	1,5	10%	28,80	19	230
	20110004	Limpieza facial -piel Sensible	1,5	5%	14,40	10	115
	20110005	Tratamiento Regenerador	1,0	10%	28,80	29	346
	20110006	Tratamiento Facial Completo hasta Hidratante	1,0	10%	28,80	29	346
	20110007	Tratamiento Manos y Cuerpo	1,0	10%	28,80	29	346
	20110008	Tratamiento Exfoliante	1,0	10%	28,80	29	346
	20110009	Tratamiento Lifting / Firmeza	1,0	10%	28,80	29	346
	20110010	Tratamiento Anti-edad	1,0	10%	28,80	29	346
				100%	288,00	250	
LINEA 2 <i>Tratamientos Facial Belex</i>	20110011	Tratamiento Brossage	1,5	10%	28,80	19	230
	20110012	Limpieza de cutis Samay(Aspiración/ Limpieza / Tonificación / Hidratación	1,5	20%	57,60	38	461
	20110013	Tratamiento Alta Frecuencia (Oxigenación facial)	1,5	10%	28,80	19	230
	20110014	Tratamiento Exfoliante	1,5	20%	57,60	38	461
	20110015	Tratamiento vía Micro galvánica (Nutrición /	1,5	10%	28,80	19	230

		Estimulación)					
	20110016	Gimnasia facial pasiva	1,5	10%	28,80	19	230
	20110017	Tratamiento para piel grasa (Desincrustante)	1,5	20%	57,60	38	461
				100%	288,00	192	

LINEA 3 Tratamientos Faciales con Equipo Photocare y Mascaras	20110018	Reducción de líneas de expresión y arrugas - máscara WrinkleCare	1,5	20%	57,60	38	461
	20110019	Desaparición de manchas y lesiones pigmentadas -máscara LightCare	1,5	20%	57,60	38	461
	20110020	Tratamiento para Remisión del Acné -máscara AcneCare	1,5	15%	43,20	29	346
	20110021	Reafirmación del óvalo facial -máscara LiftCare	1,5	20%	57,60	38	461
	20110022	Hidratación y mejora de la textura- máscara HydroCare	1,5	20%	57,60	38	461
	20110023	Blanqueamiento dental -kit SmileCare	1,5	5%	14,40	10	115
				100%	288,00	192	

LINEA 4 Tratamientos Corporales con Equipos Dermoheat	20110024	Tratamiento Essential Firming - Flacidez cutánea -Radiofrecuencia (senos, glúteos, abdomen y brazos)	2,0	30%	86,40	43	518
	20110025	Tratamiento - Essential Age -Anti edad con aceites esenciales Jojoba	2,0	40%	115,20	58	691
	20110026	Tratamiento Essential Contour -anti celulitis - adiposidad localizada)	2,0	30%	86,40	43	518
				100%	288,00	144	

LINEA 6 Tratamientos Corporales Presoterapia con Equipos Presor 03	20110027	Presoterapia con Presor 03- Corporal, Retención Líquidos/piernas cansadas/ drenaje	2	100%	288,00	192	2.304
				100%	288,00	192	

LINEA 5 Tratamientos Reductores con Equipo Impact (reemplaza Mesoterapia con agujas)	20110028	Sesión Impact 3 en uno Cavitación, Electroporación (ultrasonidos con gel activo, ya sea anticelulítico como tensor, con corrientes de electroporación, luego presoterapia)	2	100%	288,00	192	2.304
				100%	288,00	192	

LINEA 7 Depilacion	20110029	Cejas	0,5	2%	5,76	12	138
	20110030	Bigote	0,5	2%	5,76	12	138
	20110031	Axila	0,5	2%	5,76	12	138
	20110032	Brazos	0,5	2%	5,76	12	138
	20110033	Espalda	0,5	2%	5,76	12	138
	20110034	Patillas	0,5	2%	5,76	12	138
	20110035	Bikini	0,5	2%	5,76	12	138
	20110036	Bikini total	0,5	2%	5,76	12	138
	20110037	Pierna entera	0,5	2%	5,76	12	138
	20110038	Media pierna	0,5	2%	5,76	12	138
	20110039	Axila	1,0	15%	43,20	43	518
	20110040	Bigote	0,8	10%	28,80	38	461
	20110041	Bikini	1,0	8%	23,04	23	276
	20110042	Brazos	1,5	3%	8,64	6	69
	20110043	Media Pierna	1,0	2%	5,76	6	69
	20110044	Pierna Entera	2,0	5%	14,40	7	86
	20110045	Frente	1,0	5%	14,40	14	173
	20110046	Patilla	1,5	5%	14,40	10	115
	20110047	Manchas de edad, pigmentación por exposición solar	2	10%	28,80	19	230
	20110048	Pequeñas lesiones vasculares y microcapilares	2	2%	5,76	4	46
	20110049	Arrugas, líneas de expresión y estimulación de colágeno	2	10%	28,80	19	230
	20110050	tratamiento de acne con VPL	2	5%	14,40	10	115
				100%	288,00	314	

LINEA 10 Jacuzzi	20110051	Jacuzzi	2	100%	288,00	192	2.304
				100%	288,00	192	
							0
LINEA 11 Sauna	20110052	Sauna	2	100%	288,00	192	2.304
						192	
LINEA 8 AQUAFLY	20110053	Ducha filiforme	1,2	20%	57,60	48	576
	20110054	Ducha Vichy	1,2	20%	57,60	48	576
	20110055	Hidro Masaje	1,2	30%	86,40	72	864
	20110056	Termoterapia	1,2	15%	43,20	36	432
	20110057	Aromaterapia	1,0	5%	14,40	14	173
	20110058	Musicoterapia	1,0	5%	14,40	14	173
	20110059	Cromoterapia ("Chakras")	1,0	5%	14,40	14	173
				100%	288,00	247	
LINEA 9 Spa GEOTER	20110060	GEOTER - Piedras energeticas	2	100%	288,00	192	2.304
				100%	288,00	192	
LINEA 12 Salon de belleza	20110061	Cabello	1,0	50%	144,00	144	1.728
	20110062	Manicure	1,0	25%	72,00	72	864
	20110063	Pedicure	1,0	25%	72,00	72	864
				100%	288,00	288	
						2.395	28.742
TOTALES / MES					3.168	2.395	
TOTALES / AÑO					38.016	28.742	31.046

APÉNDICE 7.3.**CALCULO DEL PVP**

CALCULO PVP	
COSTOS	
FIJO	
Depreciación	1,86
Operación	2,59
M/O	3,82
Total	8,27
VARIABLE	
Operación	1,11
Materiales	4,58
Total	5,69
TOTAL	13,96
SELECCIÓN DE PRECIO	
PVP	25,00
% COSTO	56%
% UTIL. BRUTA	44%
INGRESO	
UNIDADES	15.808,32
PVP	25,00
TOTAL/AÑO	395.208,00
TOTAL /MES	32.934,00

APÉNDICE 7.4.

APORTE INICIAL

Aporte Inicial		
Rubro	Total	
Accionista 1	25.000,00	33,33%
Accionista 2	25.000,00	33,33%
Accionista 3	25.000,00	33,33%
TOTAL	75.000,00	100%

TASA ESPERADA DE ACCIONISTAS	12%
PERIODO MAXIMO DE RECUPERACION ACEPTABLE DEL PROYECTO	8 AÑOS

ACTIVOS NECESARIOS PARA OPERACION		
Rubro	Costo Historico	%
Muebles y Enseres	7.600,00	21%
Equipos de Computo	6.000,00	16%
Accesorios Basicos	9.350,00	25%
Gastos de Constitucion	3.500,00	9%
Insumos y Suministros	10.454,40	28%
TOTAL	36.904,40	100%

APÉNDICE 7.5.

ESTADO DE SITUACIÓN INICIAL - AL 31 DE MAYO DEL 2011

SAMAY SPA - WOMEN CENTER Estado de Situación Inicial -al 31 de Mayo del 2011 (Expresado en US Dólares)			
Activos		Pasivos y Patrimonio	
	2011		2011
Activos Corrientes		Pasivos Corrientes	
Caja	75.000	Obligaciones Bancarias	-
C x C Clientas	-	C x P Proveedores	-
Inventarios	-	Gastos Acumulados	-
Insumos	-	Intereses Bancarios	
Suministros	-	Intereses Accionistas	
Seguros Pag. x Adel.	-	Impuestos x Pagar	
Total Activo Corriente	75.000	Total Pasivo Corriente	-
Activos Fijos		Pasivos Largo Plazo	
Terreno	-	Obligaciones Bancarias	
Edificios	-	Intereses por Pagar	
Maquinarias y Equipos	-	Patrimonio	
Muebles y Enseres	-	Capital Social	75.000
Depreciación	-	Resultados del Ejercicio	-
Acumulada	-	Total Patrimonio	75.000
Total Activo Fijo Neto	-	Total Pasivos y Patrimonio	75.000
Total Activos	- 75.000		

APÉNDICE 7.6. FINANCIAMIENTO

Financiamiento			
Rubro	Monto	Plazo (En años)	Tasa Efectiva Interés Banco Guayaquil
Terreno	75.000,00	20,00	10,54%
Edificio	160.000,00	20,00	10,54%
Maquinarias y Equipos de Oficina	161.403,21	2,00	11,26%
Sub total	396.403,21		
TOTAL	396.403,21		

PYMES - Clasificación por Tipo de Empresa

Variables	Micro Empresa	Pequeña Empresa	Mediana Empresa	Grandes Empresas
Personal ocupado	De 1 a 9	De 10 a 49	De 50 a 199	Igual o mayor a 200
Valor bruto en ventas Anuales	Igual o menor a 100.000	100.001 – 1.000.000	1.000.001 – 5.000.000	>5.000.000.00
Monto de Activos	Hasta US \$ 100.000	De US \$ 100.001 hasta US \$ 750.000	De US \$ 750.001 hasta US \$ 3.999.999	Igual o mayor a US \$ 4.000.000

APÉNDICE 7.7. GASTOS DE OPERACIÓN

Gastos de Operación														
Area	Sector	Código	Area (m2)	% Participación	Electricidad				Agua	Gas	Teléfono Cable e Internet	Mantenimiento de Equipo	TOTAL MES	TOTAL AÑO
					A/A	Equipos Básicos	Maquinaria	Total						
Cafetería / baño 2	Administración	1001	39,29	7%	63,36	9,50	25,34	98,21	49,10	39,28	19,64		206,24	2.474,82
Sala de espera /baño 2	Administración	1002	34,14	6%	55,07	8,26	22,03	85,35	42,68	34,14	17,07		179,24	2.150,93
Recepción / baño 2	Administración	1003	13,73	2%	22,15	3,32	8,86	34,33	17,17	13,73	6,87		72,10	865,18
Tienda / baño 2	Administración	1004	11,88	2%	19,16	2,87	7,66	29,70	14,85	11,88	5,94		62,37	748,48
Area de diagnostico / baño 1	Bienestar	1005	38,48	7%	62,07	9,31	24,83	96,21	48,10	38,48	19,24		202,03	2.424,40
Nutricionista / baño 1	Bienestar	1006	24,29	4%	39,18	5,88	15,67	60,73	30,36	24,29	12,15		127,52	1.530,29
Contador / baño 1	Administración	1007	17,07	3%	27,53	4,13	11,01	42,67	21,34	17,07	8,53		89,62	1.075,40
Gerente Administrativo / baño 1	Administración	1008	18,02	3%	29,06	4,36	11,62	45,04	22,52	18,02	9,01		94,58	1.135,01
Limpieza facial /bodega 1/ baño 3	Belleza	1009	15,60	3%	25,15	3,77	10,06	38,99	19,49	15,59	7,80		81,87	982,48
Limpieza facial Belex 08 /bodega 1 / baño 3	Belleza	1010	15,01	3%	24,21	3,63	9,69	37,53	18,77	15,01	7,51	81,67	160,48	1.925,82
Tratamiento facial Photocare / bodega 1 / baño 3	Belleza	1011	16,49	3%	26,60	3,99	10,64	41,23	20,61	16,49	8,25	153,13	239,71	2.876,48
Dermoheat / bodega 1 / baño 3	Belleza	1012	25,36	4%	40,90	6,14	16,36	63,40	31,70	25,36	12,68	81,67	214,81	2.577,75

Salón de belleza / bodega 1 /baño 3	Belleza	1013	26,69	5%	43,04	6,46	17,22	66,71	33,35	26,68	13,34	51,04	191,13	2.293,60
Depilación VPL / bodega 1 / baño 3	Belleza	1014	24,18	4%	39,00	5,85	15,60	60,45	30,22	24,18	12,09	81,67	208,61	2.503,30
Tratamiento reductor impac / bodega 1 / baño 3	Belleza	1015	34,93	6%	56,34	8,45	22,54	87,33	43,66	34,93	17,47	81,67	265,06	3.180,74
Tratamiento corporal presor 03 / bodega 1 / baño 3	Belleza	1016	34,93	6%	56,34	8,45	22,54	87,33	43,66	34,93	17,47	153,13	336,52	4.038,26
Jacuzzi / baño 4 / lockers / bodega 2 / lavandería	Relajación	1017	42,21	7%	68,08	10,21	27,23	105,53	52,76	42,21	21,11	51,04	272,65	3.271,80
Aqua fly / baño 4 / lockers / bodega 2 / lavandería	Relajación	1018	27,42	5%	44,23	6,63	17,69	68,55	34,28	27,42	13,71	204,17	348,14	4.177,64
Sauna / baño 4 / lockers / bodega 2 / lavandería	Relajación	1019	55,78	10%	89,96	13,49	35,98	139,44	69,72	55,77	27,89	51,04	343,86	4.126,34
Area de descanso / baño 4 / lockers / bodega 2 / lavandería	Relajación	1020	33,15	6%	53,47	8,02	21,39	82,87	41,44	33,15	16,57		174,03	2.088,38
Terapia geotermal / baño 4 / lockers / bodega 2 / lavandería	Relajación	1021	34,71	6%	55,99	8,40	22,39	86,78	43,39	34,71	17,36	30,63	212,86	2.554,32
	TOTAL		583,39	100%	940,89	141,13	376,36	1.458,38	729,19	583,35	291,68	1.020,86	4.083,45	49.001,42
	ANUAL				11.290,65	1.693,60	4.516,26	17.500,51	8.750,25	7.000,20	3.500,10	12.250,36	49.001,42	-

APÉNDICE 7.8.

FLUJO DE CAJA AL 31 DE DICIEMBRE 2011

SAMAY SPA - WOMEN CENTER							
Flujo de Caja							
Al 31 de Diciembre 2011							
	jun-11	jul-11	ago-11	sep-11	oct-11	nov-11	dic-11
Saldo Inicial	-	75.000	75.000	75.000	74.125	65.600	46.621
Ventas	-	-	-	-	-	-	-
Aporte de Accionistas	75.000						
Total Ingresos	75.000	75.000	75.000	75.000	74.125	65.600	46.621
Total Egresos	-	-	-	875	8.525	18.979	8.525
<u>Importaciones y Compras Locales</u>							
Contado						10.454	
Pagos a 30 Días							
Pagos a 60 Días							
Gastos de Constitución				875	875	875	875
Accesorios Básicos					3.117	3.117	3.117
Muebles y Enseres					2.533	2.533	2.533
Equipos de Computo					2.000	2.000	2.000
Promoción y Publicidad							
Suministros de Oficina							
IESS							
Superhabit / Deficit	75.000	75.000	75.000	74.125	65.600	46.621	38.096

APÉNDICE 7.9.

ESTADO DE SITUACIÓN AL 31 DE DICIEMBRE , 2011

SAMAY SPA - WOMEN CENTER Estado de Situación al 31 de Diciembre del 2011 (Expresado en US Dólares)			
Activos		Pasivos y Patrimonio	
	2011		2011
Activos Corrientes		Pasivos Corrientes	
311 Equivalentes de Efectivo	38.096	415 Obligaciones Bancarias	80.042,27
315 CxC Clientas	-	413 CxP Proveedores	-
<u>Inventarios</u>	10.454	Gastos Acumulados	-
327 Insumos y suministros	10.454	415 Intereses Bancarios	39.090,82
	-	Intereses Accionistas	
323 Crédito Tributario IVA	22.122	Impuestos x Pagar	
Total Activo Corriente	70.672	Total Pasivo Corriente	119.133
Activos Fijos		Pasivos Largo Plazo	
349 Terrenos	75.000,00	415 Obligaciones Bancarias	316.360,94
341 Edificios	160.000,00	415 Intereses por Pagar	318.062,65
344 Maquinarias y Equipos	161.403,21		634.423,60
345 Equipos de Computo	6.000,00		
343 Muebles, Enseres y Accesorios	16.950,00		
348 Depreciación Acumulada	-	Patrimonio	
Total Activo Fijo Neto	419.353	501 Capital Social	97.122,39
		517 Resultados del Ejercicio	-
Otros Activos		Total Patrimonio	97.122,39

392	Intereses Diferidos		357.153,47		
373	Gastos de Constitución		3.500,00		
			360.653		
Total Activos			-	850.679	Total Pasivos y Patrimonio
					850.679
					(0)

APÉNDICE 7.10. CALCULOS DE GESTION AL 31 DE DICIEMBRE DE 2012. VOLUMEN DE VENTAS, AÑO 2012

SAMAY SPA - WOMEN CENTER Cálculos de Gestión al 31 de Diciembre del 2012 (Expresado en US Dólares)											
--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--

VENTAS AÑO 1

Volumen de Ventas							Política de Ventas			Política de Pagos		
Año 2012	%	Servicios/Mes	Pr. Venta Promed.	Ventas Totales	Pr. Costo Materia Prima	Total Costo Materia Prima	Contado 95%	30 Días 5%		Contado 10%	30 Días 55%	60 Días 35%
Ene	5%	790	25,00	19.760,00	5,6125	4.436,12	18.772,00	988,00		443,61	2.439,87	1.552,64
Feb.	5%	790	25,00	19.760,00	5,6125	4.436,12	18.772,00	988,00		443,61	2.439,87	1.552,64
Mar	5%	790	25,00	19.760,00	5,6125	4.436,12	18.772,00	988,00		443,61	2.439,87	1.552,64
Abr.	7%	1.107	25,00	27.664,00	5,6125	6.210,57	26.280,80	1.383,20		621,06	3.415,81	2.173,70
May	7%	1.107	25,00	27.664,00	5,6125	6.210,57	26.280,80	1.383,20		621,06	3.415,81	2.173,70
Jun	9%	1.423	25,00	35.568,00	5,6125	7.985,02	33.789,60	1.778,40		798,50	4.391,76	2.794,76
Jul	9%	1.423	25,00	35.568,00	5,6125	7.985,02	33.789,60	1.778,40		798,50	4.391,76	2.794,76
Ago	9%	1.423	25,00	35.568,00	5,6125	7.985,02	33.789,60	1.778,40		798,50	4.391,76	2.794,76
Sep	10%	1.581	25,00	39.520,00	5,6125	8.872,24	37.544,00	1.976,00		887,22	4.879,73	3.105,28
Oct	10%	1.581	25,00	39.520,00	5,6125	8.872,24	37.544,00	1.976,00		887,22	4.879,73	3.105,28
Nov	12%	1.897	25,00	47.424,00	5,6125	10.646,69	45.052,80	2.371,20		1.064,67	5.855,68	3.726,34
Dic	12%	1.897	25,00	47.424,00	5,6125	10.646,69	45.052,80	2.371,20		1.064,67	5.855,68	3.726,34
Total	100%	15.808	6,00	395.200,00	0,22450000	88.722,40	375.440,00	19.760,00	-	8.872,24	48.797,32	31.052,84

APÉNDICE 7.11. DEPRECIACIÓN DE ACTIVOS

Depreciación de Activos								
						Depreciación		
			Cantidad	Costo	Valor Residual	Vida Util	Deprec. Anual	IVA
Maquinarias								
BELEX-08 Excellens	Sorisa	1082	1	3.918,02	391,80	5	705,24	470,16
PHOTOCARE	Sorisa	1638	1	32.730,23	3.273,02	5	5.891,44	3.927,63
DERMOHEAT	Sorisa	1706	1	6.002,54	600,25	5	1.080,46	720,31
IMPACT	Sorisa	1704	1	34.912,98	3.491,30	5	6.284,34	4.189,56
PRESOR-03	Sorisa	11213	1	6.002,54	600,25	5	1.080,46	720,31
VPL Ultraplus	Sorisa	4100	1	6.548,23	654,82	5	1.178,68	785,79
AQUAFLY	Sorisa	1608	1	56.740,43	5.674,04	5	10.213,28	6.808,85
GEOTER	Sorisa	1174	1	6.548,23	654,82	5	1.178,68	785,79
Jacuzzi			1	3.000,00	300,00	5	540,00	360,00
Sauna			1	3.000,00	300,00	5	540,00	360,00
Salón de Belleza			1	2.000,00	200,00	5	360,00	240,00
							-	
Total Depreciación Maquinarias				161.403,21	16.140,32		29.052,58	19.368,39
						Depreciación		
Edificios			Cantidad	Costo Unitario	Total	Años	Valor	IVA
Edificios e Instalaciones		1		160.000,00	160.000,00	40	4.000,00	-
						Depreciación		
Accesorios de SPA			Cantidad	Costo Unitario	Total	Años	Valor	

Accesorios Básicos			1	9.350,00	9.350,00	5	1.870,00	1.122,00
							Depreciación	
Equipos de Computo y Software			Cantidad	Costo Unitario	Total	Años	Valor	
Computadoras			6	550,00	3.300,00	3	1.098,90	396,00
Impresoras			2	150,00	300,00	3	99,90	36,00
Router			1	800,00	800,00	3	266,40	96,00
Servidor y Software			1	1.600,00	1.600,00	3	528,00	192,00
Total Depreciación Computadores					6.000,00		1.993,20	720,00
							Depreciación	
Muebles y Enseres			Cantidad	Costo	Valor Residual	Años	Valor	
Sala de espera			1,00	600,00	60,00	10	60,00	72,00
Cafetería: sillas y mesas			1,00	600,00	60,00	10	60,00	72,00
Recepción			1,00	300,00	30,00	10	30,00	36,00
Area de diagnostico: equipo de oficina , chaise longue			1,00	1.500,00	150,00	10	150,00	180,00
Nutricionista: equipo de oficina, chaise longue			1,00	1.500,00	150,00	10	150,00	180,00
Contador: equipo de oficina			1,00	800,00	80,00	10	80,00	96,00
Gerente administrativo: equipo de oficina			1,00	800,00	80,00	10	80,00	96,00
Central Telefónica y 8 Teléf.			1,00	1.500,00	150,00	10	150,00	180,00
Total Depreciación Muebles y Enseres				7.600,00	760,00		760,00	912,00
TOTAL DEPRECIACION DE ACTIVOS FIJOS ADMINISTRACION							37.675,78	22.122,39

APÉNDICE 7.12. CALCULO DE SEGUROS

CALCULO DE SEGUROS							
VENTAS PROYECTADAS		A Ñ O S					
		Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	
	Volumen	395.200,00	414.960,00	435.708,00	457.493,40	480.368,07	
	Incremento	-	5,00%	5,00%	5,00%	5,00%	
	Unidades	15.808	16.599	17.429	18.300	19.215	
Tipo de Cobertura							
Incendios	0,100%	395,20	414,96	435,71	457,49	480,37	
Robos	0,050%	197,60	207,48	217,85	228,75	240,18	
Otros Siniestros	0,050%	197,60	207,48	217,85	228,75	240,18	
Total Anual		790,40	829,92	871,42	914,99	960,74	
Total Mensual		65,87	69,16	72,62	76,25	80,06	

APÉNDICE 7.13. CALCULO DE CARTERA POR COBRAR – AÑO 2012

CALCULO DE CARTERA POR COBRAR – Año 2012												
	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
Ventas Mensuales	19.760,00	19.760,00	19.760,00	27.664,00	27.664,00	35.568,00	35.568,00	35.568,00	39.520,00	39.520,00	47.424,00	47.424,00

Contado	95%	18.772,00	18.772,00	18.772,00	26.280,80	26.280,80	33.789,60	33.789,60	33.789,60	37.544,00	37.544,00	45.052,80	45.052,80
Crédito 30 días	5%	-	988,00	988,00	988,00	1.383,20	1.383,20	1.778,40	1.778,40	1.778,40	1.976,00	1.976,00	2.371,20
Suman	100%	18.772,00	19.760,00	19.760,00	27.268,80	27.664,00	35.172,80	35.568,00	35.568,00	39.322,40	39.520,00	47.028,80	47.424,00

APÉNDICE 7.14. CALCULO DE CARTERA POR PAGAR – AÑO 2012

CALCULO DE CARTERA POR PAGAR – AÑO 2012													
		Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
Compras Mensuales		4.436,12	4.436,12	4.436,12	6.210,57	6.210,57	7.985,02	7.985,02	7.985,02	8.872,24	8.872,24	10.646,69	10.646,69
Contado	10%	443,61	443,61	443,61	621,06	621,06	798,50	798,50	798,50	887,22	887,22	1.064,67	1.064,67
Crédito 30 días	55%	-	2.439,87	2.439,87	2.439,87	3.415,81	3.415,81	4.391,76	4.391,76	4.391,76	4.879,73	4.879,73	5.855,68
Crédito 60 días	35%	-	-	1.552,64	1.552,64	1.552,64	2.173,70	2.173,70	2.794,76	2.794,76	2.794,76	3.105,28	3.105,28
Suman	100%	443,61	2.883,48	4.436,12	4.613,56	5.589,51	6.388,01	7.363,96	7.985,02	8.073,74	8.561,71	9.049,68	10.025,63
										Cartera a 30 días		5.855,68	
										Cartera a 60 días		3.105,28	
										Cartera a 60 días		3.105,28	
										Cartera por Pagar al 31 - 12 - 2009		12.066,25	

APÉNDICE 7.15. CALCULO DE IVA POR PAGAR –AÑO 2012

CALCULO DE IVA POR PAGAR –Año 2012												
Conceptos	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
Ventas Mensuales	18.772	19.760	19.760	27.268	27.664	35.172	35.568	35.568	39.322	39.520	47.028	47.424
Compras Mensuales	4.436	4.436	4.436	6.210	6.210	7.985	7.985	7.985	8.872	8.872	10.646	10.646
Diferencia	14.335	15.323	15.323	21.058	21.453	27.187	27.582	27.582	30.450	30.647	36.382	36.777
IVA POR PAGAR 12%	1.720	1.838	1.838	2.526	2.574	3.262	3.309	3.309	3.654	3.677	4.365	4.413
CREDITO TRIBUTARIO (22.122)												
COMPRA ACTIVOS	(20.402)	(18.563)	(18.563)	(17.875)	(17.827)	(17.139)	(17.092)	(17.092)	(16.748)	(16.724)	(16.036)	(15.988)

APÉNDICE 7.16.

PREMISAS 2011

PREMISAS 2011

Financiamiento

- 1 Nuestro recorrido revisando portafolios de inversiones de las instituciones financieras nos conllevó a seleccionar el banco de Guayaquil, el cual cuenta con terrenos en el sector de la Av. Francisco de Orellana.
- 2 El acuerdo al que se llega es la adquisición del terreno y construcción por parte del Banco de Guayaquil, el cual financiara la obra y el terreno a 20 Años plazo con una tasa del 10,54 % de interés. Terreno \$ 75,000 y Edificio \$ 160,000.
- 3 El periodo de Construcción se estima en 4 meses, por lo cual los gastos pre-operativos se verán a partir del mes de junio del 2011.
- 4 Los dividendos del financiamiento se deberán considerar a partir de la puesta en marcha, esto se estima a partir del mes de enero 2012.
- 5 Los equipos serán importados vía carta de garantía bancaria con el mismo banco, a razón de 24 meses plazo, el banco se reserva el inventario de equipos
- 6 mientras se cumple la obligación, la tasa esperada para el financiamiento de los equipos es a razón del 11.55%.
- 7 El costo de los equipos incluye seguro.
- 8 Los equipos serán importados en el mes de septiembre vía marítima, periodo prudencial para la llegada y colocación en las instalaciones.

Inventario de Insumos y Suministros de SPA

- 1 Los insumos necesarios para la puesta en marcha serán adquiridos a partir del mes de octubre, los mismos que se mantendrán en inventario mínimo para 3 meses de operación, la compra se realizará de contado. Se estima que el inventario mínimo es el 10% del total de compras anuales, así:

1.1 Suministros de Oficina y Computo

Se estima que los suministros necesarios para la operación, serán del 1,5% mensual sobre las ventas.

Sumin. Oficina	1,00 %
Sumin. Computo	0,05 %

1.2 De la Administración y Personal

El reclutamiento del personal se realizará desde el mes de octubre, Las entrevistas en noviembre y la selección en los meses de diciembre y enero 2012.

Se considera el aumento del 8.33% por concepto de fondos de reserva del personal, a partir del segundo año.

Los incrementos en los sueldos básicos se han dado a razón del 10% anual según las estadísticas del Ministerio de Trabajo.

1.3 Inversión

La inversión inicial, la cual se realizará con depósito a cuenta, estará compuesta con la siguiente participación:

Accionista 1	25.000,00
Accionista 2	25.000,00
Accionista 3	<u>25.000,00</u>
Total	75.000,00

La tasa esperada del proyecto es el 12%

1.4 De las Cuentas por Pagar y proveedores

Nuestro estudio de mercado indica que los proveedores de suministros de las líneas necesarias para el desarrollo del proyecto están a razón de:

Contado	10 %
Crédito 30 Días	55 %
Crédito 60 Días	35 %

1.5 Costos Estimados

Para el año 2011 el análisis indica que los rubros más significativos son:

Materia Prima	23,73% (Nace del total estimado de materiales adquiridos durante el año).
Sueldos y Beneficios.	21.17%

DISTRIBUCION DEL GASTO EN FUNCION DEL INGRESO			
<u>GASTOS</u>	<u>%</u>		<u>ETIQUETA</u>
Materiales e Insumos	22,45%	23,73%	MATERIALES
Suministros de Cafetería	0,56%		
Suministros de Tienda	0,72%		
Sueldos, Salarios y Otras Remuneraciones	16,40%	21,17%	SUELDOS
Beneficios Sociales	2,78%		
Aportes IESS y Fondo de Reserva	1,99%		
Servicio Telefónico / Internet / Cable	0,89%	9,72%	ENERGIA
Consumo de Gas	1,77%		
Servicio Celular (Pull)	0,42%		
Agua Potable	2,21%		
Servicio Eléctrico	4,43%		
Depreciación de Activo Fijo	9,53%	9,53%	DEPRECIACION
Mantenimientos y Reparaciones	3,10%	3,70%	MTO
Seguridad y Vigilancia	0,60%		
Suministros Computo	0,50%	1,50%	SUMINISTROS
Suministros Oficina	1,00%		
Impuestos, Contribuciones y Otros	0,36%	1,45%	IMPUESTOS/SEGUROS
Gastos de Seguros	0,20%		

Amortización Gastos de Constitución	0,89%		
Promoción y Publicidad	0,76%	0,76%	PROMOCION
Transporte y Movilización	0,60%	0,60%	TRANSPORTE

1.6 Depreciaciones

Se mantiene el método de línea recta. La depreciación anual será en base a la vida útil estimada de los activos.

1.7 Ventas

Se estima que las ventas serán en un 95% al contado, 5% a 30 días. El incremento esperado en las ventas para los próximos cinco años se estima que será a razón del 5% anual.

1.8 Seguros

Los seguros contratados para protección de las instalaciones están a razón de:

Valores Calculados sobre las ventas totales

Tipo de Cobertura	
Incendios	0,100 %
Robos	0,050 %
Otros Siniestros	<u>0,050 %</u>
Total	0,200 %

1.9 **Mantenimiento de Equipos**

Se estima necesario realizar dos mantenimientos generales a los equipos al año, en los meses de mayo y noviembre a razón de \$6125,18 c/u.

1.10 **Servicios Adicionales**

Los insumos necesarios para la atención de los servicios adicionales se compran al contado a razón de:

Tipo	Costo	Ventas Totales
Cafetería		0,56 %
Tienda		0,72 %
		1,28 %

1.11 **Otros Gastos Estimados sobre ventas**

Mensajería y Movilización	0,050 %
Seguridad y Vigilancia	0,050 %
Suscripciones y Contribuciones	0,030 %
Servicio Celular	0,035 %
Servicios Bancarios	0,004 %

APÉNDICE 7.17. FLUJO DE EFECTIVO PROYECTADO, AÑO 2012

SAMAY SPA - WOMEN CENTER													
Flujo Efectivo Proyectado													
Año 2012													
		Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
	Saldo Inicial	38.095,6	39.447,1	35.627,9	29.772,2	31.512,0	26.545,9	34.195,5	41.264,3	47.712,0	57.715,6	67.428,7	77.817,7
Ventas de Contado	-	18.772,0	18.772,0	18.772,0	26.280,8	26.280,8	33.789,6	33.789,6	33.789,6	37.544,0	37.544,0	45.052,8	45.052,8
Cobranza 30 Días	-	-	988,0	988,0	988,0	1.383,2	1.383,2	1.778,4	1.778,4	1.778,4	1.976,0	1.976,0	2.371,2
Aporte de Accionistas	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Préstamo Bancario	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Total de Ingresos	-	56.867,6	59.207,1	55.387,9	57.041,0	59.176,0	61.718,7	69.763,5	76.832,3	87.034,4	97.235,6	114.457,5	125.241,7
Egresos	-	17.420,5	23.579,1	25.615,7	25.529,0	32.630,1	27.523,2	28.499,2	29.120,2	29.318,9	29.806,8	36.639,8	36.440,6
Proveedores Spa													
Contado	-	443,6	443,6	443,6	621,1	621,1	798,5	798,5	798,5	887,2	887,2	1.064,7	1.064,7
Pagos a 30 Días	-	-	2.439,9	2.439,9	2.439,9	3.415,8	3.415,8	4.391,8	4.391,8	4.391,8	4.879,7	4.879,7	5.855,7
Pagos a 60 Días	-	-	-	1.552,6	1.552,6	1.552,6	2.173,7	2.173,7	2.794,8	2.794,8	2.794,8	3.105,3	3.105,3
Sueldos	-	5.400,0	5.400,0	5.400,0	5.400,0	5.400,0	5.400,0	5.400,0	5.400,0	5.400,0	5.400,0	5.400,0	5.400,0
Beneficios Sociales				484,0									4.950,0
Obligaciones IESS			656,1	656,1	656,1	656,1	656,1	656,1	656,1	656,1	656,1	656,1	656,1
Telefonía Celular	-	138,3	138,3	138,3	138,3	138,3	138,3	138,3	138,3	138,3	138,3	138,3	138,3
Suministros de Cómputo	-	98,8	98,8	98,8	138,3	138,3	177,8	177,8	177,8	197,6	197,6	237,1	237,1
Suministros de Oficina	-	197,6	197,6	197,6	276,6	276,6	355,7	355,7	355,7	395,2	395,2	474,2	474,2

Transporte y Movilización	-	197,6	197,6	197,6	197,6	197,6	197,6	197,6	197,6	197,6	197,6	197,6	197,6
Mantenimiento y Reparaciones	-				6.125,2						6.125,2		
Servicio Telefónico / Internet	-		291,7	291,7	291,7	291,7	291,7	291,7	291,7	291,7	291,7	291,7	291,7
Suscripciones y Contribuciones	-	118,6	118,6	118,6	118,6	118,6	118,6	118,6	118,6	118,6	118,6	118,6	118,6
Consumo de Gas			583,4	583,4	583,4	583,4	583,4	583,4	583,4	583,4	583,4	583,4	583,4
Agua Potable	-		729,2	729,2	729,2	729,2	729,2	729,2	729,2	729,2	729,2	729,2	729,2
Servicio Eléctrico	-		1.458,4	1.458,4	1.458,4	1.458,4	1.458,4	1.458,4	1.458,4	1.458,4	1.458,4	1.458,4	1.458,4
Seguridad y Vigilancia	-	197,6	197,6	197,6	197,6	197,6	197,6	197,6	197,6	197,6	197,6	197,6	197,6
Seguros Anticipados	-	65,9	65,9	65,9	65,9	65,9	65,9	65,9	65,9	65,9	65,9	65,9	65,9
Suministros de Cafetería		110,9	110,9	110,9	155,2	155,2	199,6	199,6	199,6	221,8	221,8	266,1	266,1
Suministros de Tienda		142,2	142,2	142,2	199,1	199,1	256,0	256,0	256,0	284,4	284,4	341,3	341,3
Promoción y Publicidad	-	250,0	250,0	250,0	250,0	250,0	250,0	250,0	250,0	250,0	250,0	250,0	250,0
<u>Impuestos</u>													
IVA por Pagar		-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
		-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
		-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
<u>Financieros</u>													
Ptmo Bco. Equipos	-	6.027,7	6.084,2	6.141,3	6.198,9	6.257,1	6.315,8	6.375,1	6.434,9	6.495,3	6.556,2	6.617,7	6.679,8
Ptmo Bco. Edificios	-	321,5	321,5	321,5	321,5	321,5	321,5	321,5	321,5	321,5	321,5	321,5	321,5
Intereses Bancarios		3.578,6	3.522,0	3.464,9	3.407,3	3.349,1	3.290,4	3.231,2	3.171,3	3.111,0	3.050,0	2.988,5	2.926,4
Gastos Bancarios	-	131,7	131,7	131,7	131,7	131,7	131,7	131,7	131,7	131,7	131,7	131,7	131,7
<u>Superávit o Déficit</u>	-	39.447,1	35.627,9	29.772,2	31.512,0	26.545,9	34.195,5	41.264,3	47.712,0	57.715,6	67.428,7	77.817,7	88.801,2

APÉNDICE 7.18. ESTADO DE RESULTADOS AL 31 DE DICIEMBRE, 2012

SAMAY SPA - WOMEN CENTER Estados de Resultados Al 31 de Diciembre 2012			
<u>Ingresos</u>	<u>Código</u>		
Ventas	601	395.200,00	
<u>Total Ingresos</u>		395.200,00	100,00%
<u>GASTOS DE ADMINISTRACION Y VENTAS</u>		285.182,17	72,16%
Sueldos, Salarios y Otras Remuneraciones	716	64.800,00	16,40%
Beneficios Sociales	718	11.004,00	2,78%
Aportes IESS y Fondo de Reserva	720	7.873,20	1,99%
Materiales e Insumos	734	88.722,40	22,45%
Suministros de Cafetería	734	2.217,68	0,56%
Suministros de Tienda	734	2.844,32	0,72%
Depreciación de Activo Fijo	784	37.675,78	9,53%
Promoción y Publicidad	776	3.000,00	0,76%
Suministros Computo	734	1.976,00	0,50%
Suministros Oficina	734	3.952,00	1,00%
Impuestos, Contribuciones y Otros	776	1.422,72	0,36%
Transporte y Movilizacion	736	2.371,20	0,60%

Mantenimientos y Reparaciones	728	12.250,36	3,10%
Amortizacion Gastos de Constitución	786	3.500,00	0,89%
Gastos de Seguros	772	790,40	0,20%
Servicio Telefonico / Internet / Cable	788	3.500,10	0,89%
Consumo de Gas	788	7.000,20	1,77%
Servicio Celular (Pull)	788	1.659,84	0,42%
Agua Potable	788	8.750,25	2,21%
Servicio Eléctrico	788	17.500,51	4,43%
Seguridad y Vigilancia	790	2.371,20	0,60%
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS E INTERESES		110.017,83	27,84%
<u>GASTOS FINANCIEROS</u>		40.671,62	10,29%
Servicios Bancarios	754	\$ 1.580,80	0,40%
Intereses Bancarios	754	39.090,82	9,89%
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	801	69.346,21	17,55%
PARTICIPACION DE TRABAJADORES	803	10.401,93	2,63%
IMPUESTO A LA RENTA 23%	839	13.557,18	3,43%
UTILIDAD NETA		45.387,09	11,48%

APÉNDICE 7.19. BALANCE INICIAL AL 31 DE DICIEMBRE DEL 2012

SAMAY SPA - WOMEN CENTER Balance Inicial Al 31 de Diciembre del 2012 (Expresado en US Dólares)			
Activos		Pasivos y Patrimonio	
	2012		2012
Activos Corrientes		Pasivos Corrientes	
311 Equivalentes de Efectivo	88.801,17	415 Obligaciones Bancarias	89.484,10
315 CxC Clientas	2.371,20	413 CxP Proveedores	12.066,25
<u>Inventarios</u>	8.872,24	428 Beneficios Sociales por Pagar	6.731,00
327 Insumos y suministros	8.872,24	415 Intereses Bancarios	29.648,98
		424 Participacion de Trabajadores	10.401,93
323 Credito Tributario IVA	15.988,80	423 Impuesto a la Renta a Pagar	13.557,18
Total Activo Corriente	116.033,41	Total Pasivo Corriente	161.889,45
Activos Fijos		Pasivos Largo Plazo	
349 Terrenos	75.000,00	445 Obligaciones Bancarias	226.876,84
341 Edificios	160.000,00	445 Intereses por Pagar	288.413,67
344 Maquinarias y Equipos	161.403,21		515.290,51
345 Equipos de Computo	6.000,00		
343 Muebles, Enseres y Accesorios	16.950,00	Patrimonio	

			501	Capital Social	93.206,44
348	Depreciacion Acumulada	(37.675,78)	517	Resultados del Ejercicio	45.387,09
	Total Activo Fijo Neto	381.677,43		Total Patrimonio	138.593,53
	Otros Activos				
392	Intereses Diferidos	318.062,65			
	Total Activos	815.773,50		Total Pasivos y Patrimonio	815.773,49
	-				
				Diferencia	(0,00)

APÉNDICE 7.20. TABLA DE AMORTIZACIÓN DEL FINANCIAMIENTO BANCARIO

TABLA DE AMORTIZACION DEL FINANCIAMIENTO BANCARIO						
Datos						
Tipo	Hipotecario					
Segmento	Terreno / Edificio / Vivienda					
VA	(235.000,00)					
Tasa Interés	10,54%					
Periodos	20					
Capitalización	1					
nper	20					
Pagos	\$ 28.627,25					
	Años					
	Capital	Intereses	Amortización Anual	Capital Reducido	Interés Acumulado	Amortización Mensual
0	-	-	-	(235.000,00)		
1	\$ 3.858,25	\$ 24.769,00	\$ 28.627,25	(\$ 231.141,75)	\$ 24.769,00	\$2.385,60
2	\$ 4.264,91	\$ 24.362,34	\$ 28.627,25	(\$ 226.876,84)	\$ 49.131,34	\$2.385,60
3	\$ 4.714,43	\$ 23.912,82	\$ 28.627,25	(\$ 222.162,41)	\$ 73.044,16	\$2.385,60
4	\$ 5.211,33	\$ 23.415,92	\$ 28.627,25	(\$ 216.951,07)	\$ 96.460,08	\$2.385,60
5	\$ 5.760,61	\$ 22.866,64	\$ 28.627,25	(\$ 211.190,47)	\$ 119.326,72	\$2.385,60
6	\$ 6.367,78	\$ 22.259,48	\$ 28.627,25	(\$ 204.822,69)	\$ 141.586,20	\$2.385,60
7	\$ 7.038,94	\$ 21.588,31	\$ 28.627,25	(\$ 197.783,75)	\$ 163.174,51	\$2.385,60
8	\$ 7.780,84	\$ 20.846,41	\$ 28.627,25	(\$ 190.002,91)	\$ 184.020,91	\$2.385,60
9	\$ 8.600,94	\$ 20.026,31	\$ 28.627,25	(\$ 181.401,97)	\$ 204.047,22	\$2.385,60
10	\$ 9.507,48	\$ 19.119,77	\$ 28.627,25	(\$ 171.894,48)	\$ 223.166,99	\$2.385,60
11	\$ 10.509,57	\$ 18.117,68	\$ 28.627,25	(\$ 161.384,91)	\$ 241.284,67	\$2.385,60
12	\$ 11.617,28	\$ 17.009,97	\$ 28.627,25	(\$ 149.767,63)	\$ 258.294,64	\$2.385,60
13	\$ 12.841,74	\$ 15.785,51	\$ 28.627,25	(\$ 136.925,89)	\$ 274.080,14	\$2.385,60
14	\$ 14.195,26	\$ 14.431,99	\$ 28.627,25	(\$ 122.730,62)	\$ 288.512,13	\$2.385,60
15	\$ 15.691,44	\$ 12.935,81	\$ 28.627,25	(\$ 107.039,18)	\$ 301.447,94	\$2.385,60
16	\$ 17.345,32	\$ 11.281,93	\$ 28.627,25	(\$ 89.693,86)	\$ 312.729,87	\$2.385,60
17	\$ 19.173,52	\$ 9.453,73	\$ 28.627,25	(\$ 70.520,34)	\$ 322.183,60	\$2.385,60

18	\$ 21.194,41	\$ 7.432,84	\$ 28.627,25	(\$ 49.325,94)	\$ 329.616,45	\$2.385,60
19	\$ 23.428,30	\$ 5.198,95	\$ 28.627,25	(\$ 25.897,64)	\$ 334.815,40	\$2.385,60
20	\$ 25.897,64	\$ 2.729,61	\$ 28.627,25	\$ 0,00	\$ 337.545,01	\$2.385,60
235.000,00		337.545,01				

\$ 231.141,75

\$ 312.776,01

\$ 625.958,68

\$226.876,84

\$89.484,10

\$ 29.648,98

Interés Anual					
#	Años	Interés Terreno/Edificio	Interes Maquinarias	Total Interes Anual	% S.Ventas
1	2012	\$ 24.769,00	14.321,82	39.090,82	9,89%
2	2013	\$ 24.362,34	5.286,64	29.648,98	7,50%
3	2014	\$ 23.912,82	-	23.912,82	6,05%
4	2015	\$ 23.415,92	-	23.415,92	5,93%
5	2016	\$ 22.866,64	-	22.866,64	5,79%
6	2017	\$ 22.259,48	-	22.259,48	5,63%
7	2018	\$ 21.588,31	-	21.588,31	5,46%
8	2019	\$ 20.846,41	-	20.846,41	5,27%
9	2020	\$ 20.026,31	-	20.026,31	5,07%
10	2021	\$ 19.119,77	-	19.119,77	4,84%
11	2022	\$ 18.117,68	-	18.117,68	4,58%
12	2023	\$ 17.009,97	-	17.009,97	4,30%
13	2024	\$ 15.785,51	-	15.785,51	3,99%
14	2025	\$ 14.431,99	-	14.431,99	3,65%
15	2026	\$ 12.935,81	-	12.935,81	3,27%
16	2027	\$ 11.281,93	-	11.281,93	2,85%
17	2028	\$ 9.453,73	-	9.453,73	2,39%

18	2029	\$ 7.432,84	-	7.432,84	1,88%
19	2030	\$ 5.198,95	-	5.198,95	1,32%
20	2031	\$ 2.729,61	-	2.729,61	0,69%

TABLA DE AMORTIZACION DEL FINANCIAMIENTO BANCARIO					
Datos Tipo Hipotecario Segmento Capital de Trabajo / Importacion Maquinarias VA (161.403,21) Tasa Interes 11,26% Periodos 2 Capitalizacion 12 nper 24 MESES Pagos \$ 7.542,15					
	Capital	Intereses	Amortizacion Anual	Capital Reducido	Amortizacion Mensual
0	-	-	-	(161.403,21)	
1	\$ 6.027,65	\$ 1.514,50	\$ 7.542,15	(\$ 155.375,56)	\$628,51
2	\$ 6.084,21	\$ 1.457,94	\$ 7.542,15	(\$ 149.291,35)	\$628,51
3	\$ 6.141,30	\$ 1.400,85	\$ 7.542,15	(\$ 143.150,05)	\$628,51
4	\$ 6.198,93	\$ 1.343,22	\$ 7.542,15	(\$ 136.951,12)	\$628,51
5	\$ 6.257,09	\$ 1.285,06	\$ 7.542,15	(\$ 130.694,02)	\$628,51
6	\$ 6.315,81	\$ 1.226,35	\$ 7.542,15	(\$ 124.378,21)	\$628,51
7	\$ 6.375,07	\$ 1.167,08	\$ 7.542,15	(\$ 118.003,14)	\$628,51
8	\$ 6.434,89	\$ 1.107,26	\$ 7.542,15	(\$ 111.568,25)	\$628,51
9	\$ 6.495,27	\$ 1.046,88	\$ 7.542,15	(\$ 105.072,98)	\$628,51
10	\$ 6.556,22	\$ 985,93	\$ 7.542,15	(\$ 98.516,77)	\$628,51
11	\$ 6.617,74	\$ 924,42	\$ 7.542,15	(\$ 91.899,03)	\$628,51
12	\$ 6.679,83	\$ 862,32	\$ 7.542,15	(\$ 85.219,19)	\$628,51
13	\$ 6.742,51	\$ 799,64	\$ 7.542,15	(\$ 78.476,68)	\$628,51

14	\$ 6.805,78	\$ 736,37	\$ 7.542,15	(\$ 71.670,90)	\$628,51
15	\$ 6.869,64	\$ 672,51	\$ 7.542,15	(\$ 64.801,26)	\$628,51
16	\$ 6.934,10	\$ 608,05	\$ 7.542,15	(\$ 57.867,16)	\$628,51
17	\$ 6.999,17	\$ 542,99	\$ 7.542,15	(\$ 50.867,99)	\$628,51
18	\$ 7.064,84	\$ 477,31	\$ 7.542,15	(\$ 43.803,15)	\$628,51
19	\$ 7.131,13	\$ 411,02	\$ 7.542,15	(\$ 36.672,02)	\$628,51
20	\$ 7.198,05	\$ 344,11	\$ 7.542,15	(\$ 29.473,97)	\$628,51
21	\$ 7.265,59	\$ 276,56	\$ 7.542,15	(\$ 22.208,38)	\$628,51
22	\$ 7.333,76	\$ 208,39	\$ 7.542,15	(\$ 14.874,62)	\$628,51
23	\$ 7.402,58	\$ 139,57	\$ 7.542,15	(\$ 7.472,04)	\$628,51
24	\$ 7.472,04	\$ 70,11	\$ 7.542,15	\$ 0,00	\$628,51
\$ 161.403,21		\$ 19.608,46			

Intereses Inmuebles		\$ 337.545,01		Capital Inmuebles		231.141,75
Interés Equipos		\$ 19.608,46		Capital Equipos		85.219,19
SUMAN		\$ 357.153,47	SUMAN	316.360,94		

P&G 2012:

Capital Inmuebles		\$ 312.776,01
Capital Equipos		\$ 5.286,64
SUMAN		\$ 318.062,65

TASAS DE INTERES ACTIVAS EFECTIVAS Y PARTICIPACIÓN EN EL VOLUMEN DE CREDITO POR INSTITUCION FINANCIERA Y POR SEGMENTO DE CREDITO																				
BANCOS PRIVADOS																				
Promedio ponderado del período - (operaciones efectuadas entre el 12 al 18 de mayo de 2011)																				
ENTIDAD	Productivo Corporativo (1)		Productivo Empresarial		Productivo PYMES (2)		Vivienda (3)		Consumo (4)						Microcrédito acumulación ampliada (6)		Microcrédito acumulación simple (7)		Microcrédito to Minorista	
	TEA	% participación del volumen de crédito	TEA	% participación del volumen de crédito	TEA	% participación del volumen de crédito	TEA	% participación del volumen de crédito	Total		Operaciones Directas		Tarjeta de Crédito		TEA	% participación del volumen de crédito	TEA	% participación del volumen de crédito	TEA	% participación del volumen de crédito
									TEA	% participación del volumen de crédito	TEA	% participación del volumen de crédito	TEA	% participación del volumen de crédito						
AMAZONAS	0,00	0,00	10,17	0,22	10,53	0,57	0,00	0,00	16,06	1,77	16,05	2,80	16,30	0,09	16,30	0,45	0,00	0,00	0,00	0,00
AUSTRO	0,00	0,00	0,00	0,00	11,74	0,22	0,00	0,00	16,10	6,49	16,15	8,18	16,30	3,58	19,17	1,92	19,35	0,23	0,00	0,00
BOLIVARIANO	7,24	23,56	9,07	23,55	11,14	4,09	11,18	7,43	14,93	3,21	14,58	4,13	16,29	1,75	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
CAPITAL	0,00	0,00	0,00	0,00	11,80	0,60	0,00	0,00	16,29	0,77	16,30	1,24	0,00	0,00	19,25	3,24	19,23	0,52	0,00	0,00
CITIBANK	7,66	7,49	9,31	1,10	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
COFIEC	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
COMERCIAL DE MANABI	0,00	0,00	0,00	0,00	11,72	1,06	0,00	0,00	15,59	0,05	15,47	0,06	16,19	0,02	24,97	0,32	27,20	0,08	30,09	0,07
DELBANK	0,00	0,00	0,00	0,00	9,33	2,16	0,00	0,00	16,29	0,01	16,29	0,02	0,00	0,00	0,00	0,00	27,50	0,05	0,00	0,00
FINCA	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	27,43	0,73	30,47	9,80
GUAYAQUIL	8,04	8,56	9,20	8,37	11,26	16,1	10,5	6,34	15,88	20,20	15,49	14,18	16,30	29,94	0,00	0,00	27,49	0,09	30,50	1,76
INTERNACIONAL	8,77	8,44	9,64	9,13	11,57	6,59	11,07	4,30	16,05	1,95	15,95	1,03	16,28	3,40	25,50	0,91	19,72	0,41	10,23	0,02
LITORAL	0,00	0,00	0,00	0,00	11,02	0,13	0,00	0,00	16,09	0,21	16,09	0,33	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
LLOYDS BANK	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
LOJA	0,00	0,00	10,21	0,66	11,78	0,83	11,17	3,45	16,15	1,84	16,13	2,64	16,30	0,54	23,96	2,72	26,48	2,74	29,49	2,73
MACHALA	9,01	0,83	9,57	3,89	11,66	8,83	0,00	0,00	15,67	3,09	16,15	3,98	15,25	1,29	25,07	2,07	27,38	0,89	30,50	0,02

PACIFICO	9,32	8,08	9,16	6,87	10,13	6,90	6,65	25,64	16,29	2,22	16,30	0,01	16,29	5,90	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
PICHINCHA	7,86	21,12	9,48	28,76	11,30	33,96	11,02	32,23	16,14	35,95	16,10	45,32	16,28	21,07	24,88	68,01	26,71	46,24	30,28	39,10
PROCREDIT	0,00	0,00	10,19	0,08	11,55	5,03	11,15	0,84	12,15	0,02	12,15	0,03	0,00	0,00	25,47	12,76	27,32	11,51	30,09	2,90
PRODUBANCO	9,25	15,99	9,95	13,03	11,50	7,80	11,32	8,67	16,20	5,89	16,18	4,50	16,30	8,07	25,48	0,33	26,87	0,28	28,89	0,09
PROMERICA	9,00	5,78	9,30	3,21	10,76	3,50	11,29	10,56	15,67	1,11	15,94	1,69	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
RUMIÑAHUI	9,33	0,15	10,10	1,13	11,53	1,61	11,33	0,55	15,97	3,13	15,96	4,90	16,28	0,24	19,56	0,23	0,00	0,00	0,00	0,00
SOLIDARIO	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	16,01	0,07	16,24	0,06	0,00	0,00	24,48	7,06	27,39	36,25	30,43	29,66
SUDAMERICANO	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
TERRITORIAL	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	15,98	0,48	11,64	0,05	16,30	1,21	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
UNIBANCO S.A.	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	16,20	11,56	16,20	4,82	16,20	22,89	0,00	0,00	0,00	0,00	30,40	13,84
TOTAL BANCOS	8,21	100,00	9,42	100,00	11,23	100,00	9,95	100,0	16,03	100,00	15,95	100,00	16,26	100,00	24,57	100,00	26,95	100,00	30,33	100,00
% PARTIC. EN TOTAL CREDITO	44,65		12,80		10,94		2,51		20,38						1,60		3,57		3,56	

- (1) Operaciones de crédito otorgadas a empresas cuyas ventas anuales sean iguales o superiores al nivel que conste en el Instructivo de Tasas de Interés, dependiendo del sector económico al que pertenecen.
- (2) Operaciones de crédito dirigidas a pequeñas y medianas empresas cuyas ventas anuales sean iguales o superiores a USD 100.000 e inferiores a los niveles de ventas anuales mínimos del segmento comercial corporativo.
- (3) Operaciones de crédito directo superiores a USD 600, otorgadas a personas naturales asalariadas, rentistas o trabajadores profesionales en libre ejercicio, para adquirir bienes de consumo o pago de servicios.
- (4) Operaciones de crédito directo otorgadas a personas naturales asalariadas, rentistas o trabajadores profesionales en libre ejercicio, para adquirir bienes de consumo o pago de servicios, cuyo monto por operación y saldo adeudado a la institución financiera en crédito de consumo, sin incluir lo correspondiente a tarjetas de crédito no supere los USD 600.
- (5) Operaciones de crédito superiores a USD 8.500, otorgadas a microempresarios y que registran un nivel de ventas anuales inferior a USD 100.000, a trabajadores por cuenta propia, o un grupo de prestatarios con garantía solidaria.
- (6) Operaciones de crédito cuyo monto por operación y saldo adeudado en microcréditos a la institución financiera sea superior a USD 600 hasta USD 8.500, otorgadas a microempresarios que registran un nivel de ventas o ingresos anuales inferior a USD 100.000, a trabajadores por cuenta propia, o a un grupo de prestatarios con garantía solidaria.
- (7) Operaciones de crédito cuyo monto por operación y saldo adeudado en microcréditos a la institución financiera sea menor o igual a USD 600, otorgadas a microempresarios que registran un nivel de ventas anual inferior a USD 100.000, a trabajadores por cuenta propia, o a un grupo de prestatarios con garantía solidaria.
- (8) Operaciones de crédito otorgadas a personas naturales para la adquisición, construcción reparación, remodelación y mejoramiento de vivienda propia.

FUENTE: Bancos privados.

APÉNDICE 7.21. PRESUPUESTO DE EMPLEADOS

PRESUPUESTO DE EMPLEADOS												Mensual	Anual 2012		
Componentes	Gte Administrativo	Contador	Secretaria recepcionista	Asistente cafeteria	Asistente boutique	Medico nutricionista	Medico general	Masajista	Cosmetólogo	Estilista	Limpieza		Flujo	PG	BG
Sueldos	1.200,0	630,0	264,0	264,0	264,0	650,0	800,0	400,0	400,0	264,0	264,0	5.400,0	64.800,0	64.800,0	
(-) Aporte personal 9.35%	112,2	58,9	24,7	24,7	24,7	60,8	74,8	37,4	37,4	24,7	24,7	504,9	5.553,9	6.058,8	504,9
Recibe mensual	1.087,8	571,1	239,3	239,3	239,3	589,2	725,2	362,6	362,6	239,3	239,3				
Sobretiempo															
Decimo tercer sueldo	100,0	52,5	22,0	22,0	22,0	54,2	66,7	33,3	33,3	22,0	22,0	450,0	4.950,0	5.400,0	450,0
Decimo cuarto sueldo	22,0	22,0	22,0	22,0	22,0	22,0	22,0	22,0	22,0	22,0	22,0	242,0	484,0	2.904,0	2.420,0
Vacaciones	50,0	26,3	11,0	11,0	11,0	27,1	33,3	16,7	16,7	11,0	11,0	225,0		2.700,0	2.700,0
Fondo de reserva	100,0	52,5	22,0	22,0	22,0	54,2	66,7	33,3	33,3	22,0	22,0	450,0	-	5.400,0	-
Aporte patronal	145,8	76,5	32,1	32,1	32,1	79,0	97,2	48,6	48,6	32,1	32,1	656,1	7.217,1	7.873,2	656,1
TOTAL	1.617,8	859,8	373,1	373,1	373,1	886,4	1.085,9	553,9	553,9	373,1	373,1				
												Gastos Acumulados por Pagar \$			6.731,00

PRESUPUESTO DE EMPLEADOS				
Sueldos empleados	# Colaboradores	Costo de sueldos incluyendo beneficios	TOTAL MENSUAL	TOTAL ANUAL
Gte Administrativo	1	1.617,80	1.617,80	19.413,60
Contador	1	859,80	859,80	10.317,54
Secretaria recepcionista	1	373,08	373,08	4.476,91
Asistente cafetería	1	373,08	373,08	4.476,91
Asistente boutique	1	373,08	373,08	4.476,91
Medico nutricionista	1	886,39	886,39	10.636,70
Medico general	1	1.085,87	1.085,87	13.030,40
Masajista	2	553,93	1.107,87	13.294,40
Cosmetólogo	2	553,93	1.107,87	13.294,40
Estilista	1	373,08	373,08	4.476,91
Limpieza	3	373,08	1.119,23	13.430,74
TOTAL	15	7.423,10	9.277,12	111.325,42

APÉNDICE 7.22.**GASTOS DE OPERACIÓN**

Gastos de Operación														
Area	Sector	Código	Area (m2)	% Participación	Electricidad				Agua	Gas	Teléfono Cable e Internet	Mantenimiento de Equipo	TOTAL MES	TOTAL AÑO
					A/A	Equipos Básicos	Maquinaria	Total						
Cafetería / baño 2	Administración	1001	39,29	7%	63,36	9,50	25,34	98,21	49,10	39,28	19,64		206,24	2.474,82
Sala de espera /baño 2	Administración	1002	34,14	6%	55,07	8,26	22,03	85,35	42,68	34,14	17,07		179,24	2.150,93
Recepción / baño 2	Administración	1003	13,73	2%	22,15	3,32	8,86	34,33	17,17	13,73	6,87		72,10	865,18
Tienda / baño 2	Administración	1004	11,88	2%	19,16	2,87	7,66	29,70	14,85	11,88	5,94		62,37	748,48
Area de diagnostico / baño 1	Bienestar	1005	38,48	7%	62,07	9,31	24,83	96,21	48,10	38,48	19,24		202,03	2.424,40
Nutricionista / baño 1	Bienestar	1006	24,29	4%	39,18	5,88	15,67	60,73	30,36	24,29	12,15		127,52	1.530,29
Contador / baño 1	Administración	1007	17,07	3%	27,53	4,13	11,01	42,67	21,34	17,07	8,53		89,62	1.075,40
Gerente Administrativo / baño 1	Administración	1008	18,02	3%	29,06	4,36	11,62	45,04	22,52	18,02	9,01		94,58	1.135,01
Limpieza facial /bodega 1/ baño 3	Belleza	1009	15,60	3%	25,15	3,77	10,06	38,99	19,49	15,59	7,80		81,87	982,48
Limpieza facial Belex 08 /bodega 1 / baño 3	Belleza	1010	15,01	3%	24,21	3,63	9,69	37,53	18,77	15,01	7,51	81,67	160,48	1.925,82
Tratamiento facial Photocare / bodega 1 / baño 3	Belleza	1011	16,49	3%	26,60	3,99	10,64	41,23	20,61	16,49	8,25	153,13	239,71	2.876,48
Dermoheat / bodega 1 / baño 3	Belleza	1012	25,36	4%	40,90	6,14	16,36	63,40	31,70	25,36	12,68	81,67	214,81	2.577,75
Salón de belleza / bodega 1 /baño 3	Belleza	1013	26,69	5%	43,04	6,46	17,22	66,71	33,35	26,68	13,34	51,04	191,13	2.293,60

Depilación VPL / bodega 1 / baño 3	Belleza	1014	24,18	4%	39,00	5,85	15,60	60,45	30,22	24,18	12,09	81,67	208,61	2.503,30
Tratamiento reductor Impact / bodega 1 / baño 3	Belleza	1015	34,93	6%	56,34	8,45	22,54	87,33	43,66	34,93	17,47	81,67	265,06	3.180,74
Tratamiento corporal Presor 03 / bodega 1 / baño 3	Belleza	1016	34,93	6%	56,34	8,45	22,54	87,33	43,66	34,93	17,47	153,13	336,52	4.038,26
Jacuzzi / baño 4 / lockers / bodega 2 / lavandería	Relajación	1017	42,21	7%	68,08	10,21	27,23	105,53	52,76	42,21	21,11	51,04	272,65	3.271,80
Aqua fly / baño 4 / lockers / bodega 2 / lavandería	Relajación	1018	27,42	5%	44,23	6,63	17,69	68,55	34,28	27,42	13,71	204,17	348,14	4.177,64
Sauna / baño 4 / lockers / bodega 2 / lavandería	Relajación	1019	55,78	10%	89,96	13,49	35,98	139,44	69,72	55,77	27,89	51,04	343,86	4.126,34
Area de descanso / baño 4 / lockers / bodega 2 / lavandería	Relajación	1020	33,15	6%	53,47	8,02	21,39	82,87	41,44	33,15	16,57		174,03	2.088,38
Terapia geotermal / baño 4 / lockers / bodega 2 / lavandería	Relajación	1021	34,71	6%	55,99	8,40	22,39	86,78	43,39	34,71	17,36	30,63	212,86	2.554,32
TOTAL			583,39	100%	940,89	141,13	376,36	1.458,38	729,19	583,35	291,68	1.020,86	4.083,45	49.001,42
ANUAL					11.290,65	1.693,60	4.516,26	17.500,51	8.750,25	7.000,20	3.500,10	12.250,36	49.001,42	-

APÉNDICE 7.23. DEPRECIACIÓN DE EQUIPOS

Depreciación de equipos									
LINEA	Línea de Tratamiento	Equipo	Marca	Referencia	Costo FOB	Costo en sitio +35%	Depreciación en 3 años	Depreciación /mes	Depreciación /hora/línea
2	Limpieza Facial	BELEX-08 Excellens	Sorisa	1082	2.902,24	3.918,02	1.306,01	108,83	0,38
3	Tratamiento facial	PHOTOCARE	Sorisa	1638	24.244,62	32.730,23	10.910,08	909,17	3,16
4	Regeneración Facial y Corporal	DERMOHEAT	Sorisa	1706	4.446,33	6.002,54	2.000,85	166,74	0,58
5	Tratamiento Reductores	IMPACT	Sorisa	1704	25.861,46	34.912,98	11.637,66	969,80	3,37
6	Tratamiento Corporal	PRESOR-03	Sorisa	11213	4.446,33	6.002,54	2.000,85	166,74	0,58
7	Depilación	VPL Ultraplus	Sorisa	4100	4.850,54	6.548,23	2.182,74	181,90	0,63
8	Tratamientos SPA - Relax	AQUAFLY	Sorisa	1608	42.029,95	56.740,43	18.913,48	1.576,12	5,47
9	Tratamientos SPA - Relax	GEOTER	Sorisa	1174	4.850,54	6.548,23	2.182,74	181,90	0,63
10	Jacuzzi					3.000,00	1.000,00	83,33	0,29
11	Sauna					3.000,00	1.000,00	83,33	0,29
12	Salón de Belleza					2.000,00	666,67	55,56	0,19
TOTAL						161.403,21	53.801,07	4.483,42	

APÉNDICE 7.24.**MOBILIARIO**

Mobiliario			
Rubro	Total	Depreciación en 5 años	Depreciación por mes
Mobiliario	6.100,00	2.520	210
Sala de espera	600,00		
Cafetería: sillas y mesas	600,00		
Recepción	300,00		
Area de diagnostico: equipo de oficina , chaise longue	1.500,00		
Nutricionista: equipo de oficina, chaise longue	1.500,00		
Contador: equipo de oficina	800,00		
Gerente administrativo: equipo de oficina	800,00		
Línea telefónica	500,00		
Equipos de computo	6.000,00		
TOTAL	12.600,00		

APÉNDICE 7.25. DISTRIBUCIÓN DE ÁREAS

Distribución de Areas						
Area	Sector	Código	Largo	Ancho	Area (m2)	% Participación
Cafetería / baño 2	Administración	1001	8,33	4,55	39,29	7%
Sala de espera /baño 2	Administración	1002	7,20	4,55	34,14	6%
Recepción / baño 2	Administración	1003	3,80	3,25	13,73	2%
Tienda / baño 2	Administración	1004	3,25	3,23	11,88	2%
Area de diagnostico / baño 1	Bienestar	1005	7,45	4,98	38,48	7%
Nutricionista / baño 1	Bienestar	1006	4,60	4,98	24,29	4%
Contador / baño 1	Administración	1007	3,15	4,98	17,07	3%
Gerente Administrativo / baño 1	Administración	1008	3,34	4,98	18,02	3%
Limpieza facial /bodega 1/ baño 3	Belleza	1009	4,48	3,13	15,60	3%
Limpieza facial Belex 08 /bodega 1 / baño 3	Belleza	1010	4,48	3,00	15,01	3%
Tratamiento facial Photocare / bodega 1 / baño 3	Belleza	1011	4,48	3,33	16,49	3%
Dermoheat / bodega 1 / baño 3	Belleza	1012	5,31	4,48	25,36	4%
Salón de belleza / bodega 1 /baño 3	Belleza	1013	6,11	4,11	26,69	5%
Depilación VPL / bodega 1 / baño 3	Belleza	1014	6,11	3,70	24,18	4%

Tratamiento reductor impac / bodega 1 / baño 3	Belleza	1015	6,11	5,46	34,93	6%
Tratamiento corporal presor 03 / bodega 1 / baño 3	Belleza	1016	6,11	5,46	34,93	6%
Jacuzzi / baño 4 / lockers / bodega 2 / lavandería	Relajación	1017	6,25	5,10	42,21	7%
Aqua fly / baño 4 / lockers / bodega 2 / lavandería	Relajación	1018	5,10	3,35	27,42	5%
Sauna / baño 4 / lockers / bodega 2 / lavandería	Relajación	1019			55,78	10%
Area de descanso / baño 4 / lockers / bodega 2 / lavandería	Relajación	1020	6,25	3,65	33,15	6%
Terapia geotermal / baño 4 / lockers / bodega 2 / lavandería	Relajación	1021	6,25	3,90	34,71	6%
TOTAL DE AREA REQUERIDA					583,39	100%

APÉNDICE 7.26.**PREMISAS 2012/2013****PREMISAS 2012 / 2013****1 Ventas**

Se estima un incremento anual en el precio de venta promedio de los servicios de \$5,00, hasta llegar al valor de \$50,00 como pvp promedio.

Al igual que el incremento en cantidad promedio de servicios en un 5% anual.

2 Suministros de Oficina y Computo

Se estima que los suministros necesarios para la operación, serán del 1,5% mensual sobre las ventas.

Sumin. Oficina	1,00%
----------------	-------

Sumin. Computo	0,05%
----------------	-------

3 De la Administración y Personal

El reclutamiento del personal se realizará desde el mes de octubre, Las entrevistas en noviembre y la selección en los meses de diciembre y enero 2012.

Se considera el aumento del 8.33% por concepto de fondos de reserva del personal, a partir del segundo año.

Los incrementos en los sueldos básicos se han dado a razón del 10% anual según las estadísticas del Ministerio de Trabajo.

4 Inversión

La inversión inicial, la cual se realizará con depósito a cuenta, estará compuesta con la siguiente participación:

Accionista 1	25.000,00
Accionista 2	25.000,00
Accionista 3	25.000,00
Total	75.000,00

La tasa esperada del proyecto es el 12%

5 De las Cuentas por Pagar y proveedores

Nuestro estudio de mercado indica que los proveedores de suministros de las líneas necesarias para el desarrollo del proyecto están a razón de:

Contado	10%
Crédito 30 Días	55%

Crédito 60 Días

35%

6 Datos Estimados

Los gastos en función del ingreso serán aplicados de acuerdo a los siguientes porcentajes para realizar las proyecciones de los años siguientes:

Gastos de Administración y Ventas	72,16%
Costo Primo	22,45%
Gastos de Financiamiento	10,29%
Incremento Anual de servicios	5,00%
Capacidad Máxima de Prestación de Servicios por año	28.742

7 Depreciaciones

Se mantiene el método de línea recta. La depreciación anual será en base a la vida útil estimada de los activos.

La depreciación del 2013 y 2014 se mantiene igual 2012, en el 2015 y 2016 será \$35.682,58.

8 Ventas

Se estima que las ventas serán en un 95% al contado, 5% a 30 días.

El incremento esperado en las ventas para los próximos cinco años se estima que será a razón del 5% anual.

9 **Seguros**

Los seguros contratados para protección de las instalaciones están a razón de:

Valores Calculados sobre las ventas totales

Tipo de Cobertura

Incendios	0,100%
Robos	0,050%
Otros Siniestros	0,050%
Total	0,200%

10 **Mantenimiento de Equipos**

Se estima necesario realizar dos mantenimientos generales a los equipos al año, en los meses de Mayo y Noviembre a razón de \$6125,18 c/u.

11 **Servicios Adicionales**

Los insumos necesarios para la atención de los servicios adicionales se compran al contado a razón de:

Tipo	Costo Ventas Totales
Cafetería	0,56%
Tienda	0,72%

1,28%

12 Otros Gastos Estimados

Mensajería y Movilización 0,050%

Seguridad y Vigilancia 0,050%

Suscripciones y Contribuciones 0,030%

Servicio Celular 0,035%

APÉNDICE 7.27.

CÁLCULOS DE GESTIÓN AL 31 DE DICIEMBRE, 2013

SAMAY SPA - WOMEN CENTER Cálculos de Gestión al 31 de Diciembre del 2013 (Expresado en US Dólares)												
VENTAS AÑO 1												
Volumen de Ventas						Política de Ventas			Política de Pagos			
Año 2012	%	Servicios/Mes	Pr.Venta Promed.	Ventas Totales	Pr.Costo Materia Prima	Total Costo Materia Prima	Contado 95%	30 Días 5%		Contado 10%	30 Días 55%	60 Días 35%
Ene	7%	1.107	25,00	27.664,00	5,6125	6.210,57	26.280,80	1.383,20		621,06	3.415,81	2.173,70
Feb.	12%	1.897	25,00	47.424,00	5,6125	10.646,69	45.052,80	2.371,20		1.064,67	5.855,68	3.726,34
Mar	7%	1.107	25,00	27.664,00	5,6125	6.210,57	26.280,80	1.383,20		621,06	3.415,81	2.173,70
Abr.	10%	1.581	25,00	39.520,00	5,6125	8.872,24	37.544,00	1.976,00		887,22	4.879,73	3.105,28
May	10%	1.581	25,00	39.520,00	5,6125	8.872,24	37.544,00	1.976,00		887,22	4.879,73	3.105,28
Jun	7%	1.107	25,00	27.664,00	5,6125	6.210,57	26.280,80	1.383,20		621,06	3.415,81	2.173,70
Jul	9%	1.423	25,00	35.568,00	5,6125	7.985,02	33.789,60	1.778,40		798,50	4.391,76	2.794,76
Ago	9%	1.423	25,00	35.568,00	5,6125	7.985,02	33.789,60	1.778,40		798,50	4.391,76	2.794,76
Sep	7%	1.107	25,00	27.664,00	5,6125	6.210,57	26.280,80	1.383,20		621,06	3.415,81	2.173,70
Oct	7%	1.107	25,00	27.664,00	5,6125	6.210,57	26.280,80	1.383,20		621,06	3.415,81	2.173,70
Nov	5%	790	25,00	19.760,00	5,6125	4.436,12	18.772,00	988,00		443,61	2.439,87	1.552,64
Dic	10%	1.581	25,00	39.520,00	5,6125	8.872,24	37.544,00	1.976,00		887,22	4.879,73	3.105,28
Total	100%	15.808	25,00	395.200,00	0,22450000	88.722,40	375.440,00	19.760,00	-	8.872,24	48.797,32	31.052,84

Depreciación de Activos		Depreciación	
--------------------------------	--	---------------------	--

			Cantidad	Costo	Valor Residual	Vida Util	Deprec.Anual	IVA
<u>Maquinarias</u>								
BELEX-08 Excellens	Sorisa	1082	1	3.918,02	391,80	5	705,24	470,16
PHOTOCARE	Sorisa	1638	1	32.730,23	3.273,02	5	5.891,44	3.927,63
DERMOHEAT	Sorisa	1706	1	6.002,54	600,25	5	1.080,46	720,31
IMPACT	Sorisa	1704	1	34.912,98	3.491,30	5	6.284,34	4.189,56
PRESOR-03	Sorisa	11213	1	6.002,54	600,25	5	1.080,46	720,31
VPL Ultraplus	Sorisa	4100	1	6.548,23	654,82	5	1.178,68	785,79
AQUAFLY	Sorisa	1608	1	56.740,43	5.674,04	5	10.213,28	6.808,85
GEOTER	Sorisa	1174	1	6.548,23	654,82	5	1.178,68	785,79
Jacuzzi			1	3.000,00	300,00	5	540,00	360,00
Sauna			1	3.000,00	300,00	5	540,00	360,00
Salón de Belleza			1	2.000,00	200,00	5	360,00	240,00
							-	
<u>Total Depreciación Maquinarias</u>				161.403,21	16.140,32		29.052,58	19.368,39
			Depreciación					
<u>Edificios</u>			Cantidad	Costo Unitario	Total	Años	Valor	
Edificios e Instalaciones			1	160.000,00	160.000,00	40	4.000,00	19.200,00
			Depreciación					
<u>Accesorios de SPA</u>			Cantidad	Costo Unitario	Total	Años	Valor	
Accesorios Básicos			1	9.350,00	9.350,00	5	1.870,00	1.122,00
						Depreciación		

Computadores		Cantidad	Costo Unitario	Total	Años	Valor
Computadoras		6	550,00	3.300,00	3	1.098,90
Impresoras		2	150,00	300,00	3	99,90
Router		1	800,00	800,00	3	266,40
Servidor y Software		1	1.600,00	1.600,00	3	528,00
Total Depreciación Computadores				6.000,00		1.993,20
						720,00
Muebles y Enseres		Depreciación				
		Cantidad	Costo	Valor Residual	Años	Valor
Sala de espera		1,00	600,00	60,00	10	60,00
Cafetería: sillas y mesas		1,00	600,00	60,00	10	60,00
Recepción		1,00	300,00	30,00	10	30,00
Area de diagnostico: equipo de oficina, chaise longue		1,00	1.500,00	150,00	10	150,00
Nutricionista: equipo de oficina, chaise longe		1,00	1.500,00	150,00	10	150,00
Contador: equipo de oficina		1,00	800,00	80,00	10	80,00
Gerente administrativo: equipo de oficina		1,00	800,00	80,00	10	80,00
Centra Telefónica y 8 Teléf.		1,00	1.500,00	150,00	10	150,00
Total Depreciación Muebles y Enseres			7.600,00	760,00		760,00
						912,00
TOTAL DEPRECIACION DE ACTIVOS FIJOS ADMINISTRACION						37.675,78
						41.322,39

APÉNDICE 7.28. CALCULO DE SEGUROS

CALCULO DE SEGUROS							
VENTAS PROYECTADAS			AÑOS				
	Volumen Incremento		Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
			395.200,00	414.960,00	435.708,00	457.493,40	480.368,07
			-	5,00%	5,00%	5,00%	5,00%
	Unidades		15.808	16.599	17.429	18.300	19.215
Tipo de Cobertura							
Incendios		0,100%	395,20	414,96	435,71	457,49	480,37
Robos		0,050%	197,60	207,48	217,85	228,75	240,18
Otros Siniestros		0,050%	197,60	207,48	217,85	228,75	240,18
Total Anual			790,40	829,92	871,42	914,99	960,74
Total Mensual			65,87	69,16	72,62	76,25	80,06

APÉNDICE 7.29. CÁLCULO DE CARTERA POR COBRAR AL AÑO 2013

CÁLCULO DE CARTERA POR COBRAR													
2013		Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
Ventas Mensuales		27.664,00	47.424,00	27.664,00	39.520,00	39.520,00	27.664,00	35.568,00	35.568,00	27.664,00	27.664,00	19.760,00	39.520,00
Contado	95%	26.280,80	45.052,80	26.280,80	37.544,00	37.544,00	26.280,80	33.789,60	33.789,60	26.280,80	26.280,80	18.772,00	37.544,00
Crédito 30 días	5%	2.371,20	1.383,20	2.371,20	1.383,20	1.976,00	1.976,00	1.383,20	1.778,40	1.778,40	1.383,20	1.383,20	988,00
Suman	100%	28.652,00	46.436,00	28.652,00	38.927,20	39.520,00	28.256,80	35.172,80	35.568,00	28.059,20	27.664,00	20.155,20	38.532,00

APÉNDICE 7.30. CÁLCULO DE CARTERA POR PAGAR, AÑO 2013

CÁLCULO DE CARTERA POR PAGAR													
2013		Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
Compras Mensuales		6.210,57	10.646,69	6.210,57	8.872,24	8.872,24	6.210,57	7.985,02	7.985,02	6.210,57	6.210,57	4.436,12	8.872,24
Contado	10%	621,06	1.064,67	621,06	887,22	887,22	621,06	798,50	798,50	621,06	621,06	443,61	887,22
Crédito 30 días	55%	5.855,68	3.415,81	5.855,68	3.415,81	4.879,73	4.879,73	3.415,81	4.391,76	4.391,76	3.415,81	3.415,81	2.439,87
Crédito 60 días	35%	3.105,28	3.105,28	2.173,70	3.726,34	2.173,70	3.105,28	3.105,28	2.173,70	2.794,76	2.794,76	2.173,70	2.173,70
Suman	100%	9.582,02	7.585,77	8.650,43	8.029,38	7.940,65	8.606,07	7.319,60	7.363,96	7.807,57	6.831,62	6.033,12	5.500,79

Cartera a 30 días	2.439,87
Cartera a 60 días	2.173,70
Cartera a 60 días	2.173,70

Cartera por Pagar al 31 - 12 -2013	6.787,26
---	-----------------

APÉNDICE 7.31. CALCULO DE IVA POR PAGAR, AÑO 2013

CALCULO DE IVA POR PAGAR												
Conceptos	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
Ventas Mensuales	26.280,80	46.436,00	28.652,00	38.927,20	39.520,00	28.256,80	35.172,80	35.568,00	28.059,20	27.664,00	20.155,20	38.532,00
Compras Mensuales	6.210,57	10.646,69	6.210,57	8.872,24	8.872,24	6.210,57	7.985,02	7.985,02	6.210,57	6.210,57	4.436,12	8.872,24
Diferencia	20.070,23	35.789,31	22.441,43	30.054,96	30.647,76	22.046,23	27.187,78	27.582,98	21.848,63	21.453,43	15.719,08	29.659,76
IVA POR PAGAR 12%	2.408,43	4.294,72	2.692,97	3.606,60	3.677,73	2.645,55	3.262,53	3.309,96	2.621,84	2.574,41	1.886,29	3.559,17
CREDITO TRIBUTARIO COMPRA ACTIVOS (15.988,80)												
	(13.580,37)	(9.285,66)	(10.887,40)	(9.973,78)	(9.902,64)	(10.934,83)	(10.317,84)	(10.270,42)	(10.958,54)	(11.005,96)	(11.694,08)	(10.021,20)

APÉNDICE 7.32. CÁLCULO DEL WAAC

$$K_e \text{ ó } E_{Ri} = R_f + B_e (E_{Rm} - R_f)$$

Ke=	Expectativa de retorno de la inversión (ERi)	11,21%	
Rf =	Tasa Libre de riesgo	4,79%	
	+ Riesgo País	5,24%	10,03%
Be =	Riesgo de la industria	0,6000	
ERm =	Rendimiento esperado	12%	

Costo del Capital Propio**Eri = 11,21%****WACC**

<u>Inversiones</u>	<u>Aportes</u>	<u>Participación</u>	<u>Tasas</u>	<u>Tasa Impuestos</u>	<u>Tasa Promedio</u>
Aporte Accionistas	75.000,00	15,91%	11,21%	11,21%	1,78%
Financiamiento Bancario	396.403,21	84,09%	10,78%	34,55% 7,06%	5,93%
	471.403,21	1		WACC	7,72%

APÉNDICE 7.33. ANÁLISIS DE ESCENARIO, AÑO 2012

SAMAY SPA - WOMEN CENTER ANÁLISIS DE ESCENARIO Año 2012						
PROYECTO A	VAN	PRI	VAN * PRI	VAN - VAN ESPERADO	(VAN - VAN ESPERADO) ²	(VAN - VAN ESPERADO) ² (PRI)
PEOR CASO	948.399,23	30%	284.519,77	753.746,32	568.133.510.196,75	170.440.053.059,03
CASO PROBABLE	-20.636,80	80%	(16.509,44)	-215.289,71	46.349.660.968,54	37.079.728.774,83
MEJOR CASO	-122.262,36	60%	(73.357,42)	-316.915,27	100.435.288.967,03	60.261.173.380,22
TOTALES	805.500,07	170%	194.652,91	221.541,33	714.918.460.132,32	267.780.955.214,08
DESVIACION ESTANDAR						517.475,56
COEFICIENTE DE VARIACION						2,66
NIVEL SUPERIOR						60%
NIVEL MEDIO						80%
NIVEL INFERIOR						30%

SAMAY SPA - WOMEN CENTER
ANALISIS DE ESCENARIO
Año 2012

TASA WACC	7,72%	Años
VIDA UTIL DEL PROYECTO	8	
INVERSION INICIAL	\$ -471.403,21	

	CASOS		
	<u>Probable</u>	<u>Optimista</u>	<u>Pesimista</u>
	Estimado	Incremento 25%	Decremento 25%
VENTAS			
VOLUMEN	15.808	19.760	11.856
PRECIO DE VENTAS	25	25	25
TOTAL DE VENTAS	395.200,00	494.000,00	296.400,00
COSTOS Y GASTOS			
PORCENTAJE ESTIMADO S/VENTAS	-82,05%	-80,30%	-160,96%
COSTOS Y GASTOS EN USD\$.	-324.267	-396.680	-477.079
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	70.932,86	97.320,12	(180.679,09)
IMPUESTO			
TASA	-33,70%	-33,70%	-33,70%
VALOR	-23.904	-32.797	60.889
(+) DEPRECIACIONES	37.676	37.676	37.676
FLUJO DE CAJA NETO	84.704	102.199	-82.114

VAN	\$ -20.636,80	\$ -122.262,36	\$ 948.399,23
PROBALIDAD (PRI)	80%	60%	30%
VAN X PRI	-16.509	-73.357	284.520

VAN ESPERADO 194.653

TASA 8,85% 14,17% #¡NUM!
TIR POR PRI 7,08% 8,50% #¡NUM!

TASA PROMEDIO ESPERADA DEL PROYECTO #¡NUM!

FORMULA DE LA DESVIACION ESTANDAR

$\sqrt{\sum (VPN - VPN \text{ ESPERADO})^2 (PROBALIDAD)}$

(VAN - VAN ESPERADO)	-215.289,714	-316.915,27	753.746,32
(VAN - VAN ESPERADO) ²	46.349.660.969	100.435.288.967	568.133.510.197
(VAN - VAN ESPERADO) ² (PRI)	37.079.728.774,83	60.261.173.380,22	170.440.053.059

267.780.955.214,08

DESVIACION ESTÁNDAR 517.475,56

COEFICIENTE DE VARIANZA = DESV.ESTANDAR / VAN ESPERADO ACUMULADO

COEFICIENTE DE VARIANZA

2,66

NOS INDICA EL PESO DEL RIESGO 0,50 O MENOR SE ESTIMA Q UN RIESGO MANEJABLE, CASO CONTRARIO NO

	Van Esperado	Probabilidad Pri
NIVEL SUPERIOR	712.128	60%
NIVEL MEDIO (VAN ESPERADO)	194.653	80%
NIVEL INFERIOR	- 322.822,65	30%

APÉNDICE 7.34.

ESTADO DE RESULTADOS, FLUJO DE CAJA PROYECTADO, VAN, TIR

ESTADO DE RESULTADOS									
RUBROS	Año 0	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
unidades		15.808,00	16.598,40	17.428,32	18.299,74	19.214,72	20.175,46	21.184,23	22.243,44
precio unitario		25,00	30,00	35,00	40,00	45,00	50,00	50,00	50,00
Ingresos		395.200,00	497.952,00	609.991,20	731.989,44	864.662,53	1.008.772,95	1.059.211,59	1.112.172,17
Ingresos x Servicio		395.200,00	497.952,00	609.991,20	731.989,44	864.662,53	1.008.772,95	1.059.211,59	1.112.172,17
		72,16%	72,16%	72,16%	72,16%	72,16%	72,16%	72,16%	72,16%
Gastos de Administración y Ventas		285.176,32	359.322,16	440.169,65	528.203,58	623.940,48	727.930,56	764.327,09	802.543,44
		9,89%	7,50%	6,05%	5,93%	5,79%	5,63%	5,46%	5,27%
Gastos Financieros		39.090,82	37.357,71	36.909,44	43.370,96	50.030,19	56.818,72	57.860,80	58.665,98
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTO		70.932,86	101.272,12	132.912,11	160.414,90	190.691,86	224.023,67	237.023,70	250.962,76
Tasa Impositiva (33,70%)		(24.507,30)	(34.128,71)	(44.791,38)	(54.059,82)	(64.263,16)	(75.495,98)	(79.876,99)	(84.574,45)
UTILIDAD NETA		46.425,56	67.143,42	88.120,73	106.355,08	126.428,70	148.527,70	157.146,72	166.388,31
		11,75%	13,48%	14,45%	14,53%	14,62%	14,72%	14,84%	14,96%

FLUJO DE CAJA PROYECTADO

RUBRO	AÑO 0	AÑO 2012	AÑO 2013	AÑO 2014	AÑO 2015	AÑO 2016	AÑO 2017	AÑO 2018	AÑO 2019
DEPRECIACION		9,53%	7,57%	6,18%	4,87%	4,13%			
Depreciación Anual de Prop. Planta y Equipo		37.675,78	37.675,78	37.675,78	35.682,58	35.682,58	4.760,00	4.760,00	4.760,00
INVERSION									
Aporte de Accionistas	(75.000,00)								
Equipos Spa	(396.403,21)								
FLUJO DE CAJA	(471.403,21)	84.101,43	104.819,27	125.796,57	142.037,70	162.111,32	153.287,70	161.906,72	171.148,31

WACC	7,72%
VA	775.142,04
VAN	303.738,83
TIR	20,88%
TIR	20,88%
WACC	7,72%

TIR, Es el rédito de descuento que iguala el valor actual de los egresos con el valor futuro de los ingresos previstos, se utiliza para decidir sobre la aceptación o rechazo de un proyecto de inversión. Para ello, la TIR se compara con una tasa mínima o tasa de corte. Si la tasa de rendimiento del proyecto - expresada por la TIR- supera a la tasa de corte, se le acepta; en caso contrario, se le rechaza. Indicador de la rentabilidad de un proyecto. Se define como el valor de la tasa de actualización que iguala entre sí las corrientes temporales de ingresos y costos. Es pues el umbral por encima y por debajo del cual las tasas de descuento utilizadas para el cálculo del valor neto actualizado hacen que este valor sea negativo o positivo.

APÉNDICE 7.35. ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD PARA EL PROYECTO SAMAY SPA MUJER

SAMAY SPA - WOMEN CENTER
ANALISIS DE SENSIBILIDAD PARA PROYECTO A 8 AÑOS

TABLA DE DATOS	
INVERSION	(471.403,21)
FLUJO VARIABLE PROM.	138.151,13
NPER ACEPTABLE	8
TASA WACC	7,72%
EGRESOS DE CAJA	-311.098,57

Años

Años	0	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
INVERSION	(471.403,21)								
INGRESOS		395.200,00	497.952,00	609.991,20	731.989,44	864.662,53	1.008.772,95	1.059.211,59	1.112.172,17
(-) EGRESOS		(311.098,57)	(393.132,73)	(484.194,63)	(589.951,74)	(702.551,20)	(855.485,25)	(897.304,88)	(941.023,87)
Flujos netos	(471.403,21)	84.101,43	104.819,27	125.796,57	142.037,70	162.111,32	153.287,70	161.906,72	171.148,31

VAFE	\$ 775.036,48
VALINV	(471.403,21)
EVA (GANANCIA DE VALOR)	\$ 303.633,27

TIR	21%
TASA DE DSCTO	8%
WACC	
EVA (GANANCIA DE VALOR)	13%

EN ESTE CASO EL VAN 0 QUIERE DECIR QUE CUMPLIO LA META PORQUE GANA LA TASA

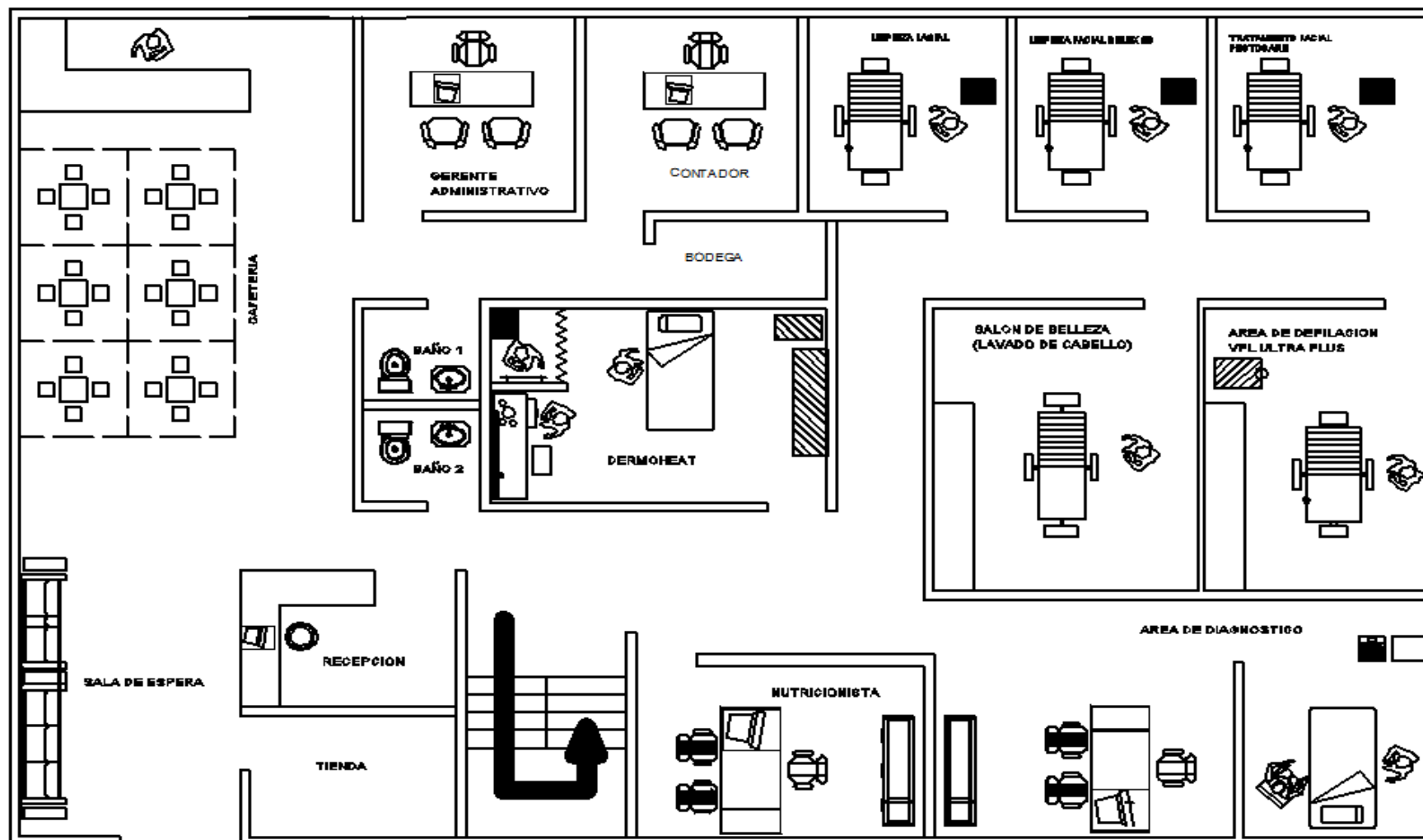
CON UNA VARIABLE	
EVA	
Tasas	\$ 303.633,27
6%	363.613,50
7,72%	303.633,27
8%	294.462,05
9%	262.963,24
10%	233.317,60
12%	179.064,62
14%	130.764,73

TASA IDEAL PARA QUE SEA VIABLE (VAN 0)							
	6%	8%	9%	10,00%	12%	14%	21%
303.633,27							
(350.000,00)	485.016,71	425.036,48	384.366,45	354.720,81	300.467,83	252.167,95	121.403,21
(400.000,00)	435.016,71	375.036,48	334.366,45	304.720,81	250.467,83	202.167,95	71.403,21
(471.403,21)	363.613,50	303.633,27	262.963,24	233.317,60	179.064,62	130.764,73	(0,00)
(550.000,00)	285.016,71	225.036,48	184.366,45	154.720,81	100.467,83	52.167,95	(78.596,79)
(600.000,00)	235.016,71	175.036,48	134.366,45	104.720,81	50.467,83	2.167,95	(128.596,79)

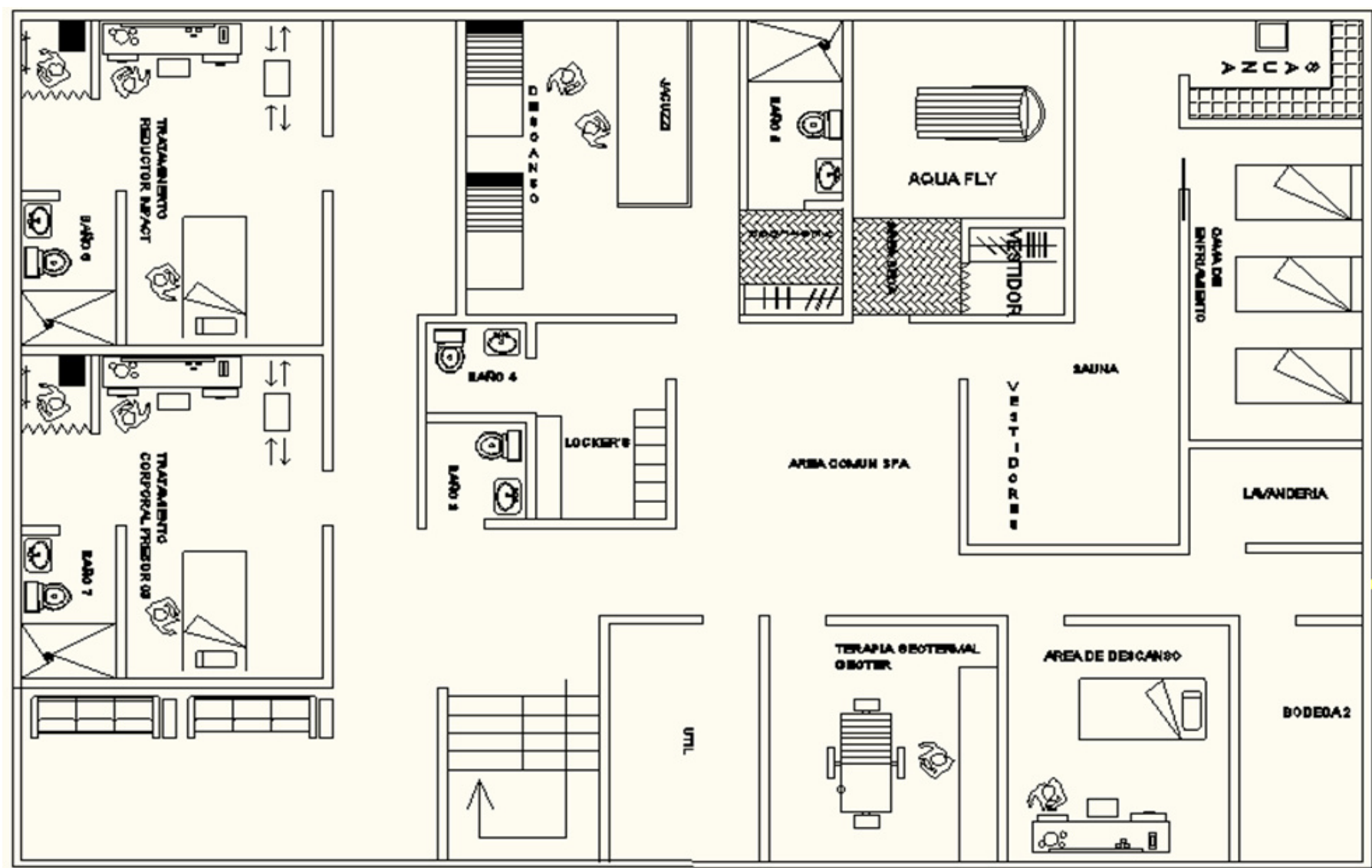
APENDICE N° 8

DISEÑO DE INSTALACIONES SAMAY SPA

PLANTA BAJA

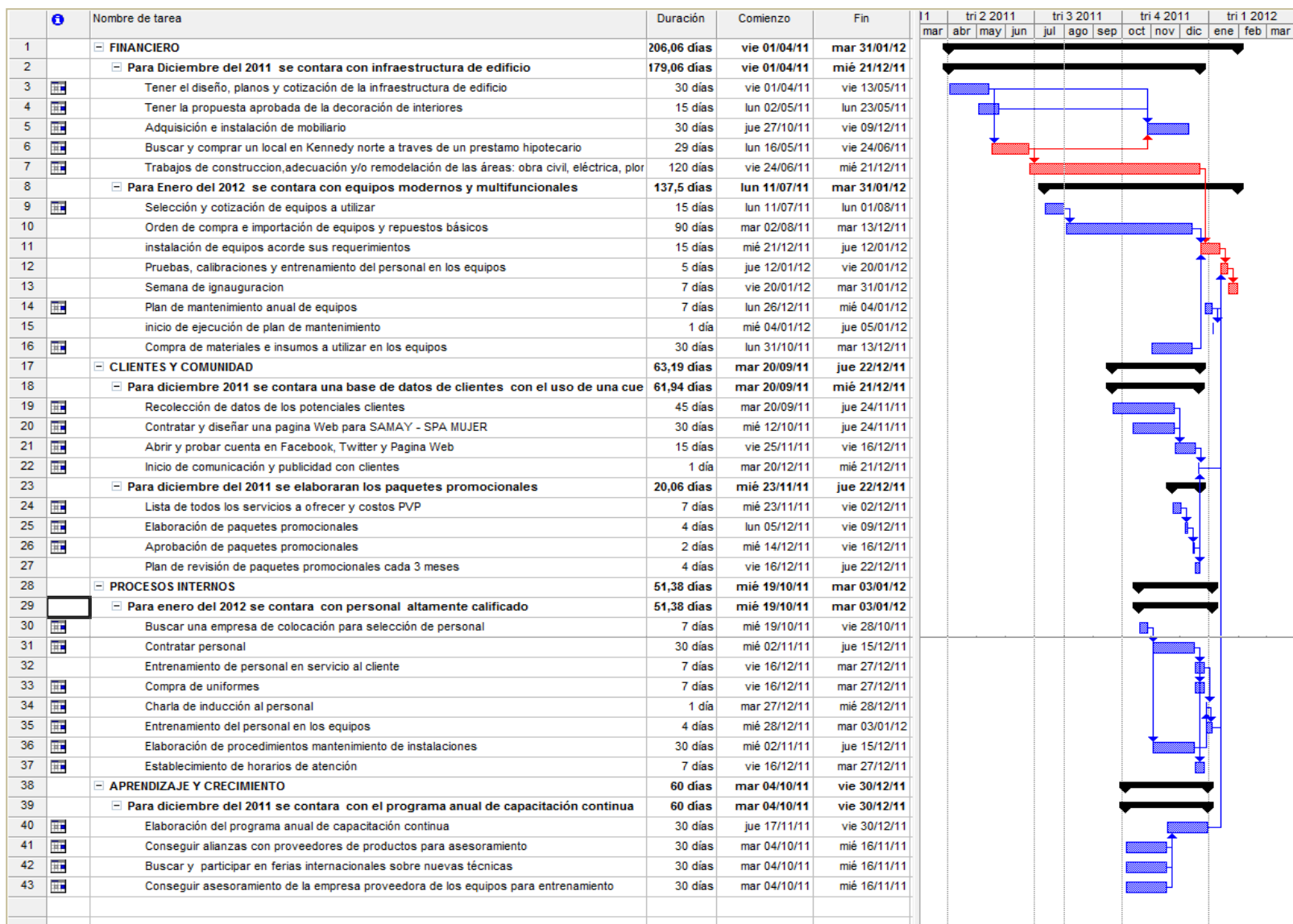


PLANTA ALTA



APENDICE N° 9

CRONOGRAMA DE EJECUCION PROYECTO SAMAY SPA MUJER –JUL/11-ENE/12



APENDICE N° 10**PROCEDIMIENTO DE SELECCIÓN Y CONTRATACION DE EMPLEADOS****PROCEDIMIENTO**

DESCRIPCION:	SELECCIÓN Y CONTRATACIÓN
PROCEDIMIENTO #:	1
REVISION #:	1
FECHA:	21 de marzo del 2011
EMITIDO POR:	Gerente de Adm & Finanzas
OBJETIVO:	Regular el proceso de selección de tal manera que el personal que ingrese cumpla los <i>requerimientos del perfil del cargo</i> y tome conciencia de la importancia de sus actividades.

RESPONSABILIDADES:

El Gerente de Adm & Finanzas es responsable de elaborar, revisar, ejecutar y velar por el cumplimiento de este procedimiento, mientras que los miembros del Grupo empresarial Samay Spa serán los responsables de aprobarlo

PROCEDIMIENTO:

Todos los procesos de selección se inician con la aprobación de los miembros del Grupo Empresarial Samay, para reemplazos de vacantes aprobadas en el organigrama. La constancia de esta aprobación debe quedar en la solicitud de requerimiento de personal.

En el caso de creación de nuevos cargos se requiere la aprobación de la Miembros del Grupo Empresarial Samay.

Toda persona que ingrese a Samay Spa, debe pasar por el siguiente proceso de selección:

Pruebas psicotécnicas.

Entrevistas con los Gerentes, Miembros del Grupo Empresarial Samay Spa.

Referencias laborales

Todos los candidatos serán confrontados con el perfil del cargo para verificar el cumplimiento de los requisitos del mismo. Finalmente su contratación es aprobada por los Gerentes, Miembros del Grupo Empresarial Samay Spa. En los casos en que el candidato u ocupante del cargo no cumpla el perfil del mismo, y a pesar de esto, más del 50% de los Gerentes Miembros del Grupo Empresarial Samay Spa, aprobase su contratación o certifique su competencia, se anotará en la parte de observaciones las medidas a tomarse para suplir la diferencia entre el perfil y el ocupante.

Al momento de una contratación, los informes relacionados al proceso de selección se archivan en la carpeta del nuevo colaborador, así como la documentación requerida para el ingreso.

El nivel académico mínimo requerido para el ingreso a Samay Spa, es preferiblemente el Bachillerato dependiendo de la vacante, esto rige a partir de la aprobación de este procedimiento.

Todo colaborador que ingrese a Samay Spa realiza el programa de inducción, el cual consta de: inducción a Samay Spa como son su misión, visión y objetivos, importancia del cumplimiento de las Política & Procedimientos de Samay, normas de seguridad de los equipos, incluyendo las consecuencias potenciales en caso de desviarse de los procedimientos establecidos. La inducción a su puesto de trabajo está a cargo de uno de los Gerentes Miembros del Grupo Empresarial Samay Spa

Para el personal que ya forma parte del equipo de trabajo de la empresa las inducciones pueden formar parte de su programa de Capacitación, dejando constancia a través de los registros correspondientes.

Evaluación (Personal Administrativo y demás colaboradores que presten sus servicios en Samay Spa)

En el caso del personal administrativo y demás colaboradores se realizarán en diciembre de cada año, el jefe directo llenará una evaluación en la cual se determinará la efectividad del entrenamiento y el cumplimiento de expectativas. El registro de evaluación de efectividad del entrenamiento estará en formato libre.

POLÍTICA DE RECONTRATACIÓN DE COLABORADORES

En el caso de recontractación de colaboradores, se analizará el motivo de la salida de los mismos antes de decidir su contratación.

Esta contratación es finalmente aprobada por la Miembros del Grupo Empresarial Samay.

POLITICA DE CONTRATACIÓN DE FAMILIARES

Queda terminantemente prohibido contratar a familiares de colaboradores de Samay Spa con el fin de preservar un buen clima laboral

MANEJO DE PERSONAL EVENTUAL

Definimos personal eventual como aquellos colaboradores que van a cubrir un puesto por un tiempo determinado.

En la parte de Manejo de personal eventual, el texto dice: “También se considera como personal eventual aquellos que se contratan para para atender una mayor demanda de servicios en las actividades habituales del empleador, Samay Spa”

REQUERIMIENTOS DE PERSONAL EVENTUAL

Para los casos de requerimiento de personal eventual estos se solicitan en la medida de lo posible con 72 horas de anticipación al ingreso, previa autorización de los Miembros del Grupo Empresarial Samay.

REGISTROS:

Requerimiento del personal

Descripción del perfil del cargo

Informe del proceso de selección por parte de la empresa contratada

Contrato de Trabajo

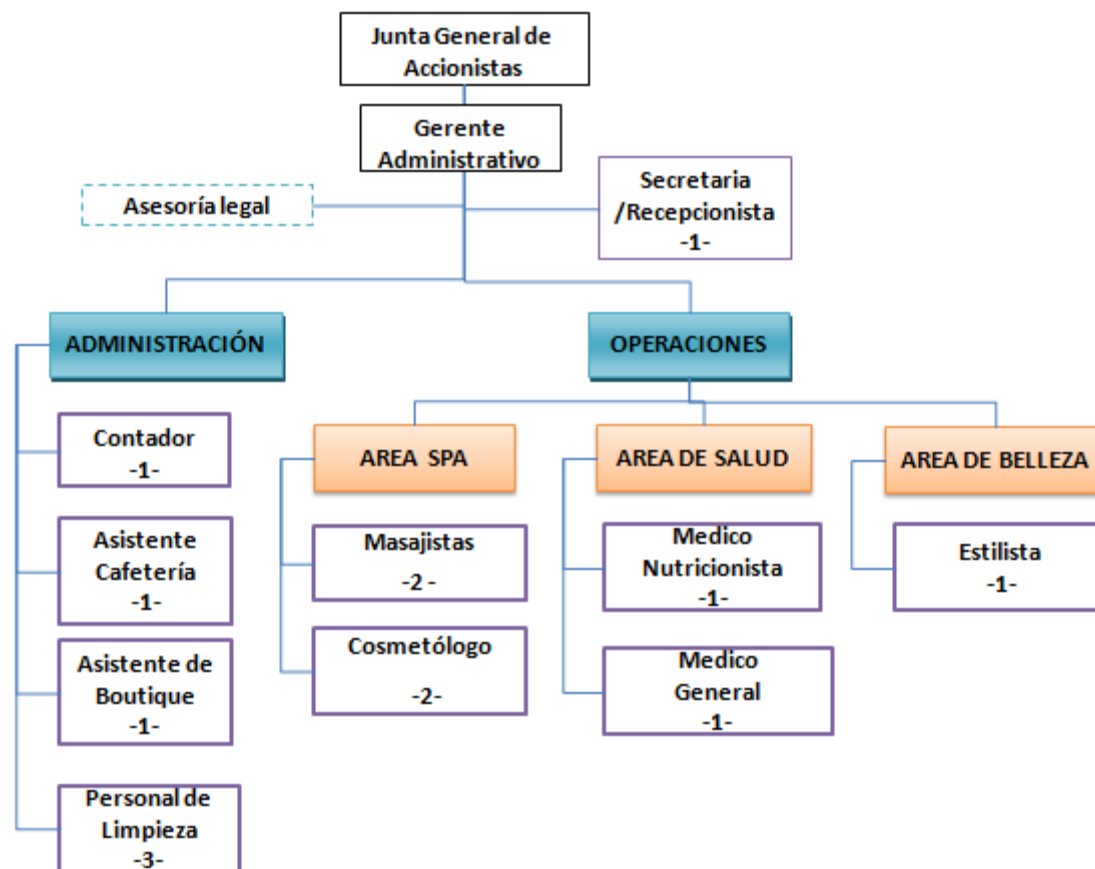
APENDICE N° 11

PERFIL DEL CARGO

Cargo	Nombre	Perfil del Cargo
Accionistas	Accionista 01	Personal Natural o Jurídica
	Accionista 02	Personal Natural o Jurídica
	Accionista 03	Personal Natural o Jurídica
Junta directiva	Accionista 01	Miembros del Grupo Empresarial Samay
	Accionista 02	Miembros del Grupo Empresarial Samay
	Accionista 03	Miembros del Grupo Empresarial Samay
Gte Adm & Financiero		Profesional Universitario en carrera administrativa o afines con más de 5 años de experiencia en posiciones similares. Sexo Indistinto
Gte de Ventas y Operaciones		Profesional Universitario en carrera administrativa o afines con más de 5 años de experiencia en posiciones similares. Sexo Indistinto
Gte Mantenimiento		Profesional Universitario en carrera administrativa o afines con más de 5 años de experiencia en posiciones similares. Sexo Indistinto
Contador		Contador Autorizado con más de 3 años de experiencia de preferencia en empresas de servicio. Sexo Indistinto
Secretaria / Recepcionista		Estudiante Universitario con más de 1 año de experiencia. Preferible Mujer
Asistente de cafetería		Bachiller con más de 1 año de experiencia. Mujer
Asistente de Boutique		Bachiller con más de 1 año de experiencia. Mujer
Medico Nutricionista		Profesional Universitario con más de 2 años de experiencia en posiciones similares. Sexo Indistinto
Medico General		Profesional Universitario con más de 2 años de experiencia en posiciones similares. Sexo Indistinto
Masajista 1		Profesional Universitario con más de 2 años de experiencia en posiciones similares. Mujer
Masajista 2		Profesional Universitario con más de 2 años de experiencia en posiciones similares. Mujer
Masajista 3		Profesional Universitario con más de 2 años de experiencia en posiciones similares. Mujer
Cosmetóloga 1		Profesional Universitario con más de 2 años de experiencia en posiciones similares. Mujer
Cosmetóloga 2		Profesional Universitario con más de 2 años de experiencia en posiciones similares. Mujer
Cosmetóloga 3		Profesional Universitario con más de 2 años de experiencia en posiciones similares. Mujer
Personal Limpieza 1		Bachiller con más de 1 año de experiencia. Sexo Indistinto
Personal Limpieza 2		Bachiller con más de 1 año de experiencia. Sexo Indistinto
Personal Limpieza 3		Bachiller con más de 1 año de experiencia. Sexo Indistinto

APENDICE N° 12

ORGANIGRAMA SAMAY SPA



APENDICE N° 13 **ASPECTOS LEGALES**

Tipo de Empresa	Número de Socios	Capital	Responsabilidad	Obligaciones Fiscales	Seguridad Social	Constitución	Órganos Rectores
Compañía Anónima	SOCIO 01 SOCIO 02 SOCIO 03	\$ 471,403.21	Limitada hasta el monto de sus aportaciones	IVA Imp. Renta 25% de las utilidades	Las generales de ley (aportes mensuales, fondo de reserva, etc.)	Registro del Nombre. Escritura Pública. Afiliaciones a Cámaras. Permisos Municipales. Cuerpo de Bomberos. MM.SS.PP	Junta General de Accionistas

APENDICE N° 14 TASA ESPERADA DEL PROYECTO (WACC)

Calculo de tasa de descuento			Criterio
Rentabilidad bonos tesoro americano a 5 años	Rf	4,79%	Referencia respecto a la economia americana
Rentabilidad del mercado S&P500	Rm	12,00%	Referencia respecto a la economia americana
Riesgo pais	RP	5,24%	Puntos asignados por riesgo pais
Beta	B	0,6	Referencia respecto a la economia americana (spa)
Costo del capital propio	Re	$Re=Rf+B(Rm-Rf)+RP$ 11,21%	Tasa de patrimonio a utilizar en el calculo del VAN

Otros Datos	2012	2013
Tasa de Impuestos	34,55%	33,70%

CALCULO DE LA TASA DE IMPUESTOS		
Datos	Valor	%
Utilidad Antes de Participación e Impuestos	100,00	
15% PUT (Pago utilidad de trabajadores)	15,00	
	85,00	
22% I.RENTA	18,70	
Utilidad Neta	66,30	33,70%

Ke ó Eri = $Rf + Be (ERm - Rf)$					
Ke =	Expectativa de retorno de la inversión (Eri)	11,21%			
Rf =	Tasa Libre de riesgo	4,79%			
	+ Riesgo País	5,24%	10,03%		
Be =	Riesgo de la industria	0,6000			
ERm =	Rendimiento esperado	12%			
Costo del Capital Propio		Eri =	11,21%		
WACC					
<u>Inversiones</u>	<u>Aportes</u>	<u>Participacion</u>	<u>Tasas</u>	<u>Tasa Impuestos</u>	<u>Tasa Promedio</u>
Aporte Accionistas	75.000,00	15,91%	11,21%	11,21%	1,78%
Financiamiento Bancario	396.403,21	84,09%	10,78%	34,55%	5,93%
	471.403,21	1		WACC	7,72%

ANEXOS

ANEXO N° 1

EQUIPO UTILIZADO PARA LIMPIEZA FACIAL

El **BELEX -08 Excellens** es una completa cabina de electroestética facial en un solo equipo.

Con un solo equipo podrá realizar todos los cuidados faciales que desee: desde una aplicación de limpieza e higiene cutánea o de exfoliación, hasta cuidados específicos de hidratación, tersura, revitalización, reafirmación, antiseborrea y alisante,... y siempre con la máxima seguridad.

El equipo BELEX-08 tiene muchas posibilidades. Con él se pueden realizar una amplia gama de procedimientos de electroestética facial en su cabina, con resultados muy positivos.

Con la aplicación individual o combinada de estas técnicas conseguirá mantener la piel en óptimas condiciones funcionales y con el máximo grado de tersura y luminosidad.

Estas son las principales aplicaciones que podrá ofrecer y los resultados que obtendrá:

1. Brossage.

Acción: Eliminación del exceso de células muertas.

Beneficios: Deja la piel lisa, fina y suave.



2. Pulverizador.

Acción: Pulverización de la piel con tónicos de tratamiento.

Beneficios: Hidrata y tonifica superficialmente la piel.



3. Ventosa:

Acción: Aspiración controlada.

Beneficios: Piel limpia y en óptimas condiciones.



4. Alta Frecuencia.

Acción: Descongestión, Oxigenante y purificante.

Beneficios: Calma y relaja los cutis sensibles, limpia la piel de toxinas e impurezas.

5. Micro galvánica

Acción: Aplicación de productos.

Beneficios: Nutrición e hidratación profunda para una piel sana, tersa y luminosa.

6. Desincrustación:

Acción: Saponificación de las grasas y regulación.

Beneficios: Normalización de los cutis grasos y de la secreción sebácea. Eliminación de la tendencia acneica.

7. Galvanización

Acción: Estimulante.

Beneficios: Perfecta nutrición y oxigenación de todos los tejidos cutáneos.

8. Gimnasia Pasiva:

Acción: Estimulación muscular.

Beneficios: Piel lisa y en óptimas condiciones de tonicidad.



BELEX-08 Excellens
Equipo completo de electroestética facial
Ref. 1082

- > Gama: Antiaging
- > Sub-Gama: Antiaging
- > Tecnología: Alta Frecuencia, Brossage, Crioterapia, Electroterapia, Galvánica, Pulverizador, Vacuum
- > Tratamiento: Anti acné, Antiarrugas, Desincrustantes, Hidratación, Limpieza de cutis, Reafirmación

CARACTERÍSTICAS TÉCNICAS

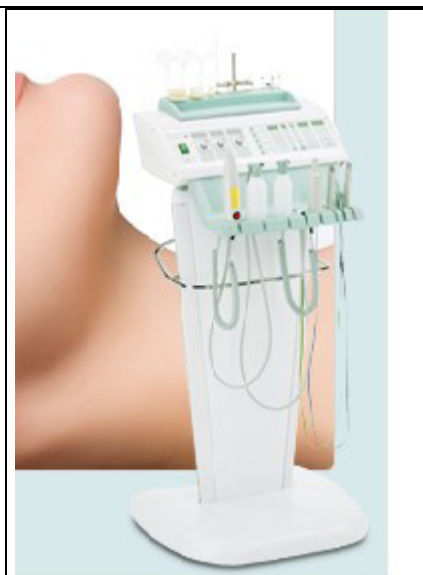
Dimensiones: Ancho: 546 mm. - Alto: 156-246 mm. - Profundo: 295-460 mm.
Peso: 9 Kg.
Consumo: 180 VA

Características de Red

Potencia 230 V AC / 50 Hz
Potencia opcional 120 V AC / 60 Hz

Características de Salida

- Alta Frecuencia: Frecuencia aprox. 150 KHz, Tensión aprox. 40 KV
- Pulverizador: Caudal 12 L / min, Aspiración máx. 500 mm (Hg)
- Brossage: Motor continua 12 V a 24 V, Par máximo: 80 Ncm



- Corriente ionización: Galvánica, N. Salida ajustable 0-9,9 mA, Programación de 9 inversiones
- Corriente Desincrustación: Galvánica N. Salida ajustable 0-2,5 mA, Programación de 9 inversiones
- Corriente Galvanización: Galvánica N. Salida ajustable 0 a 5 mA, Programación de 9 inversiones
- Corriente Gimnasia pasiva suave: Pulsada bipolar, Frecuencia 100 Hz, Pulso de Salida 0-9,9 mAp
- Corriente Gimnasia pasiva fuerte: Pulsada bipolar, Frecuencia 400 Hz, Pulso de Salida 0-9,9 mAp



Estudios clínicos:

Los estudios clínicos de BELEX-08 se han realizado aplicando cada una de estas técnicas, que son de fácil aplicación y le aportan muchas posibilidades:

- Alta frecuencia, puede elegir entre aplicación directa, chisporroteo o masaje indirecto.
- Ventosa de succión para limpieza y estimulación cutánea.
- Pulverizador, facilita una perfecta micro difusión de tónicos o lociones.
- Brossage, con cepillos de diferentes tamaños y dureza.
- Aplicación de micro galvánica, con electrodos de aplicación en forma de rodillo, punta o bola. (2-3)
- Desincrustación específica para pieles grasas. (4)
- Galvanización, máscara de estimulación de fácil aplicación y adaptación. (5)
- Gimnasia Pasiva aplicada mediante electrodos móviles.
- Gimnasia Pasiva aplicada mediante electrodos autoadhesivos. (6)

LIMPIEZA FACIAL – PRODUCTOS ESTEE LAUDER

• LA IMPORTANCIA DE LA LIMPIEZA

La limpieza es el primer paso de fundamental importancia en cualquier régimen de tratamiento de la piel. El producto de limpieza adecuado de Estée Lauder arrastra las impurezas con una sensación refrescante. Actúa delicadamente, respetando los lípidos esenciales de la piel. Deja la piel fresca, acondicionada y preparada para sacar el mayor partido de

los beneficios de las fórmulas que se aplicarán después.

UN PRODUCTO LIMPIADOR EXCEPCIONAL

Los productos limpiadores y tónicos de Estée Lauder incluyen:

- Purificantes suaves
- Ingredientes excepcionales espumosos y de aclarado, procedentes de los avances de la ciencia "limpia"
- Anti irritantes calmantes y extractos botánicos
- Un complejo exclusivo que retiene la humedad

1.- LIMPIEZA FACIAL

Perfectly Clean- Splash Away Foaming Cleanser, Espuma Limpiadora

Piel Normal/Mixta

125 ml

CARACTERÍSTICAS

Acondicionador, Controla la grasa, Equilibra la piel.

DETALLES DEL PRODUCTO

Esta espuma deliciosamente refrescante limpia suavemente pero en profundidad y reequilibra la piel.

Se aclara sin dejar una película jabonosa y no deja rastro de impurezas.

EQUILIBRIO PARA LAS PIELES NORMALES / MIXTAS

- Hidrata y acondiciona ligeramente mientras limpia.
- Controla suavemente las zonas grasas, calmando al mismo tiempo las zonas secas.
- Deja en la piel una sensación renovada, confortable, saludable.

EXTRACTOS ACONDICIONADORES

- Lirio de agua blanco
- Senega
- Bérbero

MODO DE EMPLEO

- Utilizar a diario por la mañana y por la noche.
- Frotar en las manos con una pequeña cantidad hasta formar espuma. Masajear sobre el rostro con movimientos circulares.

- Aclarar con agua templada.
- Continúe con Perfectly Clean Fresh Balancing Lotion, y a continuación su Suero Restaurador y su crema de tratamiento de Estée Lauder.

CARACTERÍSTICAS DE LA FÓRMULA

- Sometida a pruebas dermatológicas

2.- TONIFICANTE

Perfectly Clean Fresh Balancing Lotion /Tónico Equilibrante Refrescante

- Piel Normal/Mixta
- Características
- Acondicionador, Controla la grasa, Equilibra la piel, Tonificante.
- BENEFICIOS
- Tónico acondicionador
- DETALLES DEL PRODUCTO

Este tónico revitalizante reequilibra la piel dejándola fresca y suave. Acondiona la piel para obtener los mejores resultados de los productos de tratamiento para la piel que aplica a continuación.

RESULTADO INSTANTÁNEO

- Una sensación increíble.
- Un aspecto fresco, sano y renovado.
- Una piel que está preparada para llevar a cabo sus funciones a la perfección

EQUILIBRIO PARA LAS PIELES NORMALES / MIXTAS

- Hidrata y acondiciona ligeramente mientras limpia.
- Controla suavemente las zonas grasas, calmando al mismo tiempo las zonas secas.
- Deja la piel con una sensación renovada, confortable y sana.

EXTRACTOS ACONDICIONADORES

- Lirio de agua blanco
- Senega
- Bérbero

MODO DE EMPLEO

- Utilizar a diario por la mañana y por la noche. .
- Después de la limpieza, aplicar con un disco de algodón.
- Continúe con su Suero Restaurador y su Crema de Tratamiento de Estée Lauder.

- CARACTERÍSTICAS DE LA FÓRMULA
- Sometida a pruebas dermatológicas

Perfectly Clean - Light Lotion Cleanser, Loción Limpiadora

200 ml

Características: Acondicionador, Controla la grasa, Equilibra la piel

BENEFICIOS: Loción no espumosa

TIPO DE PIEL: Piel Normal / Mixta

DETALLES DEL PRODUCTO

Loción refrescantemente ligera, textura leche, sin espuma, que elimina las impurezas.

Se aclara o se retira con un tisú, dejando la piel suave, limpia y confortable.

EQUILIBRIO PARA LAS PIELES NORMALES / MIXTAS

Hidrata y acondiciona suavemente mientras limpia.

Controla suavemente las zonas grasas, calmando al mismo tiempo las zonas secas.

Deja la piel con una sensación renovada, cómoda, sana.

EXTRACTOS ACONDICIONADORES

Lirio de agua blanco

Senega

Bérbero

MODO DE EMPLEO

Utilizar a diario por la mañana y por la noche.

Masajear suavemente sobre la piel seca con movimientos circulares.

Aclarar con agua o retirar con un tisú.

Continúe con Perfectly Clean Fresh Balancing Lotion, y a continuación su Suero Restaurador y su Crema de Tratamiento de Estée Lauder.

CARACTERÍSTICAS DE LA FÓRMULA

Sometida a pruebas dermatológicas

Soft Clean - Moisture Rich Foaming Cleanser

Piel Seca

125 ml

Características Hidratante

BENEFICIOS Forma una rica espuma

TIPO DE PIEL: Piel Seca

DETALLES DEL PRODUCTO

Esta lujosa crema, que se convierte en una espuma intensamente hidratante, limpia, calma y suaviza la piel.

Proporciona una sensación de total satisfacción.

- **ELASTICIDAD PARA LAS PIELES SECAS**

Limpieza suave pero efectiva.

Ayuda a preservar la barrera de hidratación de la piel.

La piel adquiere una sensación de mimo, suave, agradablemente limpia.

- **EXTRACTOS CALMANTES**

Flor de la pasión

Edelweiss

- **MODO DE EMPLEO**

Utilizar diariamente por la mañana y por la noche.

Frotar sobre las manos húmedas hasta formar una textura espumosa.

Masajear por todo el rostro con movimientos circulares.

Aclarar con agua templada.

Continúe con Soft Clean Silky Hydrating Lotion, y seguidamente aplique su Suero Restaurador y su Crema de Tratamiento de Estée Lauder.

CARACTERÍSTICAS DE LA FÓRMULA

Probado dermatológicamente.

Soft Clean - Silky Hydrating Lotion – Tonic Hidratante

Piel Seca

200 ml 400 ml

Características Hidratante, Tonificante

BENEFICIOS Tónico hidratante y calmante

TIPO DE PIEL: Piel Seca

DETALLES DEL PRODUCTO

Esta suave loción calmante proporciona elasticidad a su piel dejándola suave, flexible y lujosamente hidratada.

Acondiciona la piel para obtener los mejores resultados de los productos de tratamiento que se aplique a continuación.

- **ELASTICIDAD PARA LAS PIELES SECAS**

Limpieza suave pero efectiva.

Ayuda a preservar la barrera de hidratación de la piel.

La piel se siente mimada, suave, agradablemente limpia.

- **EXTRACTOS CALMANTES**

Flor de la pasión

Edelweiss

- MODO DE EMPLEO

Utilizar diariamente por la mañana y por la noche.

Después de lavarse, aplicar con un disco de algodón.

Continúe con su Suero Restaurador y Crema de Tratamiento de Estée Lauder.

CARACTERÍSTICAS DE LA FÓRMULA

Sometida a pruebas dermatológicas

Sparkling Clean - Purifying Mud Foam Cleanser, Espuma Limpiadora Purificante

Piel Grasa

125 ml

Características Controla la grasa

BENEFICIOS Limpiadora de arcilla natural que forma espuma.

TIPO DE PIEL: Piel Grasa

DETALLES DEL PRODUCTO

Limpiadora de lodo natural que se convierte en una espuma purificadora que limpia en profundidad.

Ayuda a mantener los poros limpios.

Deja la piel con una sensación sana, suave y revitalizada.

- FRESCA SENSACIÓN PARA LAS PIELES GRASAS

Contiene suaves agentes que controlan la grasa, anti irritantes e hidratantes.

La piel se siente "increíblemente limpia" pero no pierde su hidratación vital.

- EXTRACTOS PURIFICADORES

Limoncillo

Pepino

Flor de loto

MODO DE EMPLEO

Utilizar a diario por la mañana y por la noche.

Frotar una pequeña cantidad en las manos hasta formar una espuma. Masajear sobre el rostro con movimientos circulares.

Aclarar con agua templada.

Continúe con Sparkling Clean Mattifying Oil-Control Lotion, y seguidamente con su Suero Restaurador y su Crema de Tratamiento de Estée Lauder.

CARACTERÍSTICAS DE LA FÓRMULA

Probado dermatológicamente

Sparkling Clean- Mattifying Oil-Control Lotion -Tónico Matificante

Piel Grasa

200 ml

Características Tonificante, Controla la grasa

BENEFICIOS El tónico elimina el brillo y controla la grasa durante horas.

TIPO DE PIEL: Piel Grasa

DETALLES DEL PRODUCTO

Esta refrescante loción matificante refina y purifica al instante y elimina los brillos.

Controla la grasa durante horas con sus polvos absorbentes.

Acondiciona la piel para obtener los mejores resultados de los productos de tratamiento para la piel que se aplica a continuación.

- **FRESCA SENSACIÓN PARA LAS PIELES GRASAS**

Contiene suaves ingredientes que controlan la grasa, anti irritantes e hidratantes.

La piel adquiere una sensación "de limpieza total" pero sin perder su hidratación vital.

- **EXTRACTOS PURIFICANTES**

Limoncillo

Pepino

Flor de Loto

MODO DE EMPLEO

Utilizar a diario por la mañana y por la noche.

Después de lavarse, extiéndala con un disco de algodón.

Continúe con su Suero Restaurador y su crema de tratamiento de Estée Lauder.

CARACTERÍSTICAS DE LA FÓRMULA

Probado dermatológicamente

Vérité - Light Lotion Cleanser - Loción Limpiadora

Piel Sensible

200 ml

Características Hidratante

BENEFICIOS Limpia y elimina suavemente

TIPO DE PIEL: Piel Sensible

DETALLES DEL PRODUCTO

Esta fórmula deliciosamente y ligera en formato leche, limpia su piel cómodamente y en profundidad.

- Fórmula ultra suave, que elimina al mismo tiempo el maquillaje y las impurezas.
- Mantiene de forma activa el perfecto equilibrio de hidratación de la piel.
- No perjudica los lípidos vitales o las pieles secas ni causa irritación.
- Totalmente libre de los irritantes comunes, incluidos los emulsionantes, alcohol y fragancia.

MODO DE EMPLEO

Utilizar a diario por la mañana y por la noche.

Masajear suavemente sobre la piel y aclarar o retirar con un tisú.

Continúe con Vérité Calming Fluid.

Para obtener los mejores resultados

Para conseguir los mejores resultados, le aconsejamos que utilice exclusivamente Vérité.

De esa forma estará segura de evitar los emulsionantes y otros irritantes químicos que podrían perjudicar o incluso invertir sus beneficios.

Las fórmulas de Vérité pueden actuar conjuntamente para garantizar el total confort de la piel.

CARACTERÍSTICAS DE LA FÓRMULA

Sometida a pruebas exhaustivas de seguridad en pieles sensibles

Probado dermatológicamente

Probado oftalmológicamente

Sometida a pruebas alérgicas

Libre de fragancias

Libre de alcohol

Libre de emulsionantes

No contiene alérgenos comunes

No contiene tintes ni colorantes

Soft Clean- Tender Creme Cleanser Crema Limpiadora Hidratante

Piel Seca

125 ml

Características Hidratante

BENEFICIOS No espumosa, cremosa. Suaviza y calma en profundidad.

TIPO DE PIEL: Piel Seca

DETALLES DEL PRODUCTO

Rica crema-soufflé que amortigua la piel mientras la limpia suavemente.

Cremosa y ultra calmante. Al retirarla con un tisú, deja la piel con una sensación suave y flexible, sin dejarla nunca seca ni tirante.

- **ELASTICIDAD PARA LAS PIELES SECAS**

Limpiadora suave y efectiva.

Ayuda a preservar la barrera de hidratación de la piel.

Deja la piel con una sensación de mimo, suavidad, agradablemente limpia.

- **EXTRACTOS CALMANTES**

Flor de la pasión

Edelweiss

MODO DE EMPLEO

Utilizar a diario por la mañana y por la noche. .

Masajear suavemente sobre la piel seca con movimientos circulares.

Retirar con un tisú.

Continúe con Soft Clean Silky Hydrating Lotion, y seguidamente aplique su Suero Restaurador y Crema de Tratamiento de Estée Lauder.

CARACTERÍSTICAS DE LA FÓRMULA

Probada dermatológicamente

3.- SUEROS REPARADORES

3.1.- Advanced Night Repair- Synchronized Recovery Complex, Suero Restaurador y Protector Sincronizado

Para Todo Tipo de Piel

50 ml, 30 ml

BENEFICIOS Restaura los daños visibles del pasado

DETALLES DEL PRODUCTO

La fórmula única sin la cual una piel bella no puede vivir.

Este completísimo **suero anti envejecimiento**, de alto rendimiento, inspirado en las innovadoras investigaciones sobre el ADN, proporciona a su piel una espectacular reducción de los signos visibles del envejecimiento.

Utilícelo todos los días para ayudar a restaurar de forma continua el aspecto de los daños del pasado, impedir los daños futuros y proporcionarle a su piel un elevado nivel de hidratación.

Si desea tener una piel más joven y con un aspecto más saludable, ahora y en el futuro, no se acueste ni una sola noche sin él.

RESULTADOS VISIBLES, ÉXITO DEMOSTRADO

Hasta lo mejor puede mejorarse. Esta avanzada fórmula -con 20 patentes en todo el mundo - contiene todos los beneficios que usted busca para ayudar a su piel a restaurarse como nunca antes lo había conseguido:

- Tecnología Exclusiva Chronolux™
- Repara la apariencia de los daños del pasado.
- Trata los efectos nocivos antes de que sean permanentes.
- Verá una mejora visible en los signos visibles del envejecimiento - concretamente en las líneas y en el tono desigual de la piel y evidenciará una inmediata hidratación.
- Mayor reparación de los daños medioambientales
- Neutraliza hasta un 90%* los radicales libres generados por el medio ambiente antes de que puedan afectar el aspecto de su piel.

Y eso es algo fundamental, porque las agresiones medioambientales, como los rayos UV, el humo, la contaminación e incluso el estrés son la primera causa de los signos de un envejecimiento prematuro.

La avanzada tecnología restaura la apariencia de los daños causados por todas y cada una de las principales agresiones medioambientales.

Hidratación continua.

Crea el entorno óptimo para restaurar con el agente hidratante natural demostrado desde hace tiempo, el ácido hialurónico.

Pruebas clínicas han demostrado que los niveles de hidratación de la piel aumentan de forma espectacular.

Calma la irritación diaria y crea una rica reserva antioxidante para ayudar a recuperar los agentes protectores naturales de la piel.

Piense en él como un "seguro" para conseguir una piel de aspecto más joven y sano hoy y en el futuro.

MODO DE EMPLEO

Aplicar todas las noches sobre la piel limpia. Continúe con su hidratante.

Utilice varias gotas.

Extienda suavemente sobre el rostro y el cuello.

CARACTERÍSTICAS DE LA FÓRMULA

Sometida a pruebas dermatológicas

Sometida a pruebas oftalmológicas

Sin fragancia

No produce acné

* Pruebas realizadas In vitro.

3.2. - Advanced Night Repair Concentrate- Recovery Boosting Treatment - Suero Restaurador Concentrado

Para Todo Tipo de Piel

30 ml

Características Antiarrugas, Luminosidad, Protección medioambiental, Iguala el tono de la piel, Hidratante, Suaviza las finas líneas causadas por la sequedad

BENEFICIOS Tratamiento de 21 noches para liberar la piel de los daños visibles

GANADOR DEL PREMIO "Elección del Editor", Premio de Belleza Gold para Mujeres 2008, GOLF PARA MUJERES, Mayo/Junio 2008.

DETALLES DEL PRODUCTO

Este suero intensivo estimulante libera su piel de la acumulación visible de los daños excesivos.

Ayuda de forma espectacular a estimular la capacidad natural de la piel para restaurar los efectos visibles de esta acumulación, ayudando a "limpiar en profundidad" los daños del pasado.

Recuperación concentrada.

Advanced Night Repair Concéntrate está formulada con 5 veces la concentración del complejo recuperador patentado* que se encuentra en el suero Advanced Night Repair que utiliza cada noche.

Respuesta anti irritante concentrada.

Empieza a aliviar y calmar inmediatamente el aspecto de las rojeces.

Ayuda a la piel a inhibir de forma natural la irritación que podría provocar un daño visible más importante.

Reforzado con el potente anti irritante Amentoflavona.

Restauración concentrada de la barrera de hidratación.

Ayuda rápidamente a reconstruir una barrera de hidratación debilitada para que no penetren los irritantes medioambientales y para mantener en su interior una mayor hidratación.

Contiene una mezcla altamente concentrada de lípidos que refuerzan la piel de forma demostrada, como el ácido linoleico, el colesterol y el salvado de trigo.

Plantéese esta noche el comienzo de una maravillosa vida nueva para su piel.

MODO DE EMPLEO

Utilice Advanced Night Repair Concéntrate como un "tratamiento estimulante" intensivo además de su tratamiento habitual para la piel.

Cada 3-4 meses.

Aplique 2 gotas por todo el rostro y cuello limpios cada noche durante 21 días.

Continúe con la crema de tratamiento de Estée Lauder adecuada para usted.

Después de una exposición o deshidratación excesivas.

Aplique según sea necesario después de una exposición solar o medioambiental excesiva.

Procedimiento Pre- y Post tratamiento.

En caso de tratamientos cosméticos como la microdermoabrasión y los exfoliantes químicos, utilícelo durante 21 días: 1 semana antes del tratamiento y 2 semanas después.

CARACTERÍSTICAS DE LA FÓRMULA

Sometida a pruebas dermatológicas

*Patentada en EE.UU. Patentes internacionales en trámite

3.3.- Advanced Night Repair Eye- Complejo Restaurador Sincronizado para el Contorno de Ojos

Todos los Tipos de Piel

0.5 oz \$49.50

VENTAJA Repara daños visibles en el contorno de los ojos

DETALLES DE PRODUCTOS

La reparación comprobada de nuestro Suero #1. Este suave suero en gel ayuda a reducir de manera significativa la apariencia de cada signo clave del envejecimiento en torno al área delicada de los ojos:

Líneas finas, Arrugas, Hinchazón, Ojeras, Sequedad. Tono de piel no uniforme.

REPARACIÓN AVANZADA

Como la piel alrededor de sus ojos es 4 veces más delgada que en cualquier otra parte del rostro, es más vulnerable al daño provocado por el ambiente.

También es donde verá que los signos del envejecimiento se encuentran más acentuados.

La exclusiva Tecnología Chronolux™ ayuda a la piel a optimizar su proceso de reparación natural para reducir el aspecto de líneas finas y arrugas que puedan aparecer en torno a sus ojos.

REPARACIÓN AMBIENTAL

Neutraliza un 90%* de los radicales libres generados por el medio ambiente antes de que afecten la piel.

Es la clave, ya que los efectos nocivos diarios de los rayos UV, el humo, la polución e incluso el estrés emocional, pueden acelerar todos los signos visibles del envejecimiento.

Esta fórmula exclusiva con su eficaz Tecnología AGT Repair, repara constantemente la apariencia de daños pasados causados por cada uno de estos importantes agresores.

Mantiene toda el área del ojo con un aspecto más fresco, descansado y revitalizado.

PREVENCIÓN E HIDRATACIÓN

Crea el entorno ideal para que sus ojos tengan una apariencia joven, saludable y radiante.

El ácido hialurónico ayuda a que la piel atrape la humedad y refuerce la barrera de humedad protectora.

Los eficaces antioxidantes ayudan a neutralizar los radicales libres generados por el medio ambiente antes de que causen daño futuro.

Además, los altos niveles de sustancias calmantes que combaten las irritaciones y las tecnologías específicas ayudan a reducir la apariencia de ojeras, hinchazón y piel ajada, para dar a la piel un aspecto más luminoso y terso en torno a los ojos.

Brinde a sus ojos un futuro de apariencia más joven.

CÓMO USAR

Aplique por la mañana y por la noche sobre la piel limpia.

Cargue el aplicador y coloque 3 pequeños puntos alrededor de cada ojo.

Aplique dando golpecitos suaves-sin frotar-con el dedo anular.

Enjuague y seque el aplicador después de cada uso.

SOBRE LA FÓRMULA

Sometida a pruebas dermatológicas

Sometida a pruebas oftalmológicas

Sin perfume

No acnegénica

* Pruebas in vitro.

3.4.- Idealist- Suero Refinador de la Piel - Reductor de Poros

1,7 / 1.0 Y 3.4 OZ – (\$46.50 – \$ 73.00 - \$120.00)

Todos los Tipos de Piel

VENTAJAS Poros 1/3 más pequeños

Refina la textura de la piel

NOMINADO A UN PREMIO

Reader's Choice Beauty Awards de TotalBeauty.com

Nominado en Categoría: Exfoliante

DETALLES DE PRODUCTOS

Este suero de rápida acción ofrece los beneficios más espectaculares de renovación de la piel-más efectiva que nunca.

Con Idealist, su piel se ve y se siente como una piel ideal: Prácticamente sin poros.

Los poros se ven 1/3 más pequeños-al instante.

Vea una reducción del 69% en la apariencia de los poros en sólo 4 semanas.

Increíblemente suave y tersa.

Repara la textura despareja de la piel, la descamación y la rugosidad.

Aplicúelo y disfrute al instante de esa sensación suave, impecable y sedosa que ama.

Piel increíblemente limpia y de tono uniforme.

Vea una mayor claridad y luminosidad. Le da a la piel un tono general más uniforme.

Debajo de la piel que ve, está la piel que desea. Siéntala. Véala.

Téngala ahora, con Idealist.

CÓMO USAR

Aplice todas las mañanas sobre la piel limpia. Siga con el hidratante.

SOBRE LA FÓRMULA

Sometida a pruebas dermatológicas

Sometida a pruebas oftalmológicas

No acnegénica

4.- HIDRATANTES

Crema Hydrationist - Crema Hidratación Profunda

VENTAJA Humectación instantánea, anti envejecimiento y duradera

Normal/ Mixta Seca

1.7 oz. \$38.00

VENTAJA Humectación instantánea y duradera contra el envejecimiento

PIEL Seca, Normal/Mixta

DETALLES DE PRODUCTOS

Sienta una ráfaga instantánea de humectación...y atenúe la apariencia del envejecimiento.

Es una realidad: la humectación es una de las defensas clave de la piel contra los signos del envejecimiento prematuros. Es por eso que los componentes de Hydrationist actúan para conservar la juventud de su piel.

Las pruebas clínicas demostraron que el 100% de las mujeres que lo utilizaron sintieron un gran aumento de la humectación, en forma instantánea y durante todo el día.

Con el tiempo, la barrera de humedad de la piel se fortalece un 50%* con nuestro exclusivo Sustainable Moisture Complex™-es por eso que con el uso continuo verá una piel más joven y saludable, año tras año.

HIDRATACIÓN ANTIENTEVEJECIMIENTO LAS 24 HORAS

Las pruebas clínicas demostraron que después de sólo 1 aplicación, la piel se mantiene muy hidratada incluso 24 horas después.

La exclusiva Bio-Mimetic Water está "estructurada" para que penetre fácilmente en la superficie de la piel. Puede sentir los beneficios restauradores de inmediato.

Con el uso continuo, nuestro exclusivo **Sustainable Moisture Complex™** con Revival Plant Extract ayuda a estimular, equilibrar y mantener los niveles de humedad óptimos de la piel.

Estimula la capacidad que tiene la piel de "generar una barrera" natural para tener más humedad-y combatir los signos de envejecimiento prematuro con más eficacia.

PIEL MÁS JOVEN Y SALUDABLE

Hydrationist deja la piel más joven y saludable. Suave, sedosa y súper hidratada.

Notará inmediatamente una frescura y una vitalidad sorprendentes. Con la humedad perfectamente equilibrada, su piel se prepara de manera natural para combatir los signos de envejecimiento prematuro.

2 CREMAS PARA ELEGIR

Puesto que no todas las pieles son iguales, Estée Lauder ofrece Hydrationist Creme para distintos tipos de piel:

La crema para Piel Normal/Mixta es ligera y sedosa, con el equilibrio justo de consistencia y frescura.

La crema para Piel Seca alivia y suaviza con emolientes suavizantes y una textura exquisita.

También disponible con SPF 15.

CÓMO USAR

Aplique por la mañana y la noche después de su Suero Reparador.

SOBRE LA FÓRMULA

Sometida a pruebas dermatológicas

No acnegénico

*Después de sólo 4 semanas de uso.

Crema SPF 15 Hydrationist - Crema Hidratación Profunda, SPF 15

1.7 oz. \$38.00

VENTAJAS Humectación instantánea contra el envejecimiento, SPF 15

PIEL Normal/Mixta

DETALLES DE PRODUCTOS

Sienta una ráfaga instantánea de humectación...y atenúe la apariencia del envejecimiento.

Es una realidad: la humectación es una de las defensas clave de la piel contra los signos del envejecimiento prematuros. Es por eso que los componentes de Hydrationist actúan para conservar la juventud de su piel.

Las pruebas clínicas demostraron que el 100% de las mujeres que lo utilizaron sintieron un gran aumento de la humectación, en forma instantánea y durante todo el día.

Con el tiempo, la barrera de humedad de la piel se fortalece un 50%* con nuestro exclusivo Sustainable Moisture Complex™-es por eso que con el uso continuo verá una piel más joven y saludable, año tras año.

HIDRATACIÓN ANTIVENECIMIENTO LAS 24 HORAS

Las pruebas clínicas demostraron que después de sólo 1 aplicación, la piel se mantiene muy hidratada incluso 24 horas después.

La exclusiva Bio-Mimetic Water está "estructurada" para que penetre fácilmente en la superficie de la piel. Puede sentir los beneficios restauradores de inmediato.

Con el uso continuo, nuestro exclusivo Sustainable Moisture Complex™ con Revival Plant Extract ayuda a estimular, equilibrar y mantener los niveles de humedad óptimos de la piel.

Estimula la capacidad que tiene la piel de "generar una barrera" natural para tener más humedad-y combatir los signos de envejecimiento prematuro con más eficacia.

PIEL MÁS JOVEN Y SALUDABLE

Hydrationist deja la piel más joven y saludable. Suave, sedosa y súper hidratada.

Notará inmediatamente una frescura y una vitalidad sorprendentes. Con la humedad perfectamente equilibrada, su piel se prepara de manera natural para combatir los signos de envejecimiento prematuro.

PROTECCIÓN SPF 15

Con la Crema Hydrationist SPF 15, usted disfrutará de una textura ligera y sedosa, además de un protector solar diario.

Ideal para pieles Normales/Mixtas.

También disponible sin SPF 15; haga clic aquí.

CÓMO USAR

Aplique por la mañana y la noche después de su Suero Reparador.

SOBRE LA FÓRMULA

Sometida a pruebas dermatológicas

No acnégeno

* Después de sólo 4 semanas de uso.

Hydrationist - Loción Hidratación Profunda- Normal/Mixta

1.7 oz. \$38.00

VENTAJA Humectación instantánea y duradera contra el envejecimiento

PIEL Normal/Mixta

DETALLES DE PRODUCTOS

Sienta una ráfaga instantánea de humectación...y atenúe la apariencia del envejecimiento.

Es una realidad: la humectación es una de las defensas clave de la piel contra los signos del envejecimiento prematuros. Es por eso que los componentes de Hydrationist actúan para conservar la juventud de su piel.

Las pruebas clínicas demostraron que el 100% de las mujeres que lo utilizaron sintieron un gran aumento de la humectación, en forma instantánea y durante todo el día.

Con el tiempo, la barrera de humedad de la piel se fortalece un 50%* con nuestro exclusivo Sustainable Moisture Complex™-es por eso que con el uso continuo verá una piel más joven y saludable, año tras año.

HIDRATACIÓN ANTIENTEVEJECIMIENTO LAS 24 HORAS

Las pruebas clínicas demostraron que después de sólo 1 aplicación, la piel se mantiene muy hidratada incluso 24 horas después.

La exclusiva Bio-Mimetic Water está "estructurada" para que penetre fácilmente en la superficie de la piel. Puede sentir los beneficios restauradores de inmediato.

Con el uso continuo, nuestro exclusivo Sustainable Moisture Complex™ con Revival Plant Extract ayuda a estimular, equilibrar y mantener los niveles de humedad óptimos de la piel.

Estimula la capacidad que tiene la piel de "generar una barrera" natural para tener más humedad-y combatir los signos de envejecimiento prematuro con más eficacia.

PIEL MÁS JOVEN Y SALUDABLE

Hydrationist deja la piel más joven y saludable. Suave, sedosa y súper hidratada.

Notará inmediatamente una frescura y una vitalidad sorprendentes. Con la humedad perfectamente equilibrada, su piel se prepara de manera natural para combatir los signos de envejecimiento prematuro.

TEXTURA DE LOCIÓN REFRESCANTE

Disfrute Hydrationist en una loción tan ligera como el agua que se desliza y absorbe rápidamente, al tiempo que brinda una hidratación equilibrada.

Ideal para pieles Normales/Mixtas.

CÓMO USAR

Aplique por la mañana y la noche después de su Suero Reparador.

SOBRE LA FÓRMULA

Sometida a pruebas dermatológicas

No acnegénico

* Después de sólo 4 semanas de uso.

OJOS

Advanced Night Repair Eye - Complejo Restaurador Sincronizado para el Contorno de Ojos

Todos los Tipos de Piel

0.5 oz \$49.50

VENTAJA Repara daños visibles en el contorno de los ojos

DETALLES DE PRODUCTOS

La reparación comprobada de nuestro Suero #1. Este suave suero en gel ayuda a reducir de manera significativa la apariencia de cada signo clave del envejecimiento en torno al área delicada de los ojos:

Líneas finas, Arrugas, Hinchazón, Ojeras, Sequedad, Tono de piel no uniforme.

- **REPARACIÓN AVANZADA**

Como la piel alrededor de sus ojos es 4 veces más delgada que en cualquier otra parte del rostro, es más vulnerable al daño provocado por el ambiente. También es donde verá que los signos del envejecimiento se encuentran más acentuados.

La exclusiva Tecnología Chronolux™ ayuda a la piel a optimizar su proceso de reparación natural para reducir el aspecto de líneas finas y arrugas que puedan aparecer en torno a sus ojos.

- **REPARACIÓN AMBIENTAL**

Neutraliza un 90%* de los radicales libres generados por el medio ambiente antes de que afecten la piel.

Es la clave, ya que los efectos nocivos diarios de los rayos UV, el humo, la polución e incluso el estrés emocional, pueden acelerar todos los signos visibles del envejecimiento.

Esta fórmula exclusiva con su eficaz Tecnología AGT Repair, repara constantemente la apariencia de daños pasados causados por cada uno de estos importantes agresores.

Mantiene toda el área del ojo con un aspecto más fresco, descansado y revitalizado.

- **PREVENCIÓN E HIDRATACIÓN**

Crea el entorno ideal para que sus ojos tengan una apariencia joven, saludable y radiante.

El ácido hialurónico ayuda a que la piel atrape la humedad y refuerce la barrera de humedad protectora.

Los eficaces antioxidantes ayudan a neutralizar los radicales libres generados por el medio ambiente antes de que causen daño futuro.

Además, los altos niveles de sustancias calmantes que combaten las irritaciones y las tecnologías específicas ayudan a reducir la apariencia de ojeras, hinchazón y piel ajada, para dar a la piel un aspecto más luminoso y terso en torno a los ojos.

Brinde a sus ojos un futuro de apariencia más joven.

CÓMO USAR

Aplique por la mañana y por la noche sobre la piel limpia.

Cargue el aplicador y coloque 3 pequeños puntos alrededor de cada ojo.

Aplique dando golpecitos suaves-sin frotar-con el dedo anular.

Enjuague y seque el aplicador después de cada uso.

SOBRE LA FÓRMULA

Sometida a pruebas dermatológicas

Sometida a pruebas oftalmológicas

Sin perfume

No acnegénica

- Pruebas in Vitro

Hydra Complete - Crema para el Contorno de Ojos Multi- Hidratante

0.5 oz. \$38.50

VENTAJAS Hidrata, borra líneas finas

Revitaliza el área de los ojos

DETALLES DE PRODUCTOS

Otorgue a la delicada piel del contorno de sus ojos la sensación de hidratación permanente con esta refrescante crema en gel.

Restaura la Humedad Alrededor de sus Ojos

Incluye una probada combinación de Bio-Water rico en minerales y la exclusiva tecnología Hydra-Insulation™.

El Biosine exclusivo ayuda a que esta vulnerable zona mantenga una fuerte barrera de humedad.

Suaviza las Líneas, la Hinchazón

Esta crema en gel exquisitamente refrescante hidrata de manera instantánea las líneas finas y secas de los ojos.

Con el tiempo, la innovadora combinación de Extractos de Alga Hypnea ayuda a reducir visiblemente la hinchazón.

En segundos, el área de sus ojos lucirá más joven, más descansada y completamente revitalizada.

CÓMO USAR

Aplique por la mañana y por la noche.

Aplique una pequeña cantidad debajo de los ojos. Aplique dando golpecitos suaves—sin frotar—con el dedo anular.

SOBRE LA FÓRMULA

Sometida a pruebas dermatológicas

Sometido a pruebas oftalmológicas

ANEXO N° 2 EQUIPO PHOTOCARE Y MASCARAS PARA TRATAMIENTOS FACIALES

PHOTOTERAPIA

La emisión de luz visible en determinadas longitudes de onda a una potencia lumínica suficiente utilizando LEDs provoca una secuencia de reacciones biológicas de estímulo celular, favoreciendo la síntesis de elastina y colágeno, con lo que se consiguen efectos beneficiosos en la piel.

Con PHOTOCARE se consigue un efecto de fototerapia, que incide en el metabolismo celular para la activación de enzimas reparadores de tejidos cutáneos, efectos de vasodilatación y colagénesis.

Mediante PHOTOCARE también se obtiene un efecto de fotoporación, con lo que los productos cosméticos aplicados penetran más eficazmente el tejido dérmico, gracias a la abertura de micro poros transitorios inducidos por la luz LED.

PHOTOCARE es una solución integral para efectuar tratamientos faciales y de blanqueamiento dental.

PHOTOCARE. Un tratamiento integral contra el paso del tiempo, PHOTOCARE emite luz LED en ciertas longitudes de onda, combinando secuencias y tiempos de exposición en distintas zonas del rostro para practicar tratamientos que combaten eficazmente las principales alteraciones faciales como son la flacidez, arrugas, líneas de expresión, alteraciones pigmentarias y acné, de forma rápida, duradera y confortable:

- La combinación de los 150 LEDs tri banda permite una mayor selectividad de tratamientos y de la profundidad dérmica en la que se desea actuar.
- El equipo PHOTOCARE, actúa eficazmente sobre los principales problemas faciales, mediante programas preestablecidos en acción sinérgica con el cosmético indicado.

Tratamientos:

Reducción de líneas de expresión y arrugas: Este programa combina la luz roja por sus efectos estimulantes y vasodilatadores, con el amarillo y el verde/magenta alternados por su acción tonificante, revitalizante y estimuladora de la síntesis de colágeno. Aplicando la máscara WrinkleCare cuyo principal

activo es el acetil hexapéptido-3 conocido como Argireline, se inhibe significativamente la liberación de neurotransmisores en la unión neuromuscular con lo que emula la acción de la toxina botulínica evitando la contracción muscular que causa la arruga de expresión.

Desaparición de manchas y lesiones pigmentadas: PHOTOCARE combina la emisión de luz verde por sus efectos de activación enzimática y la luz amarilla por su efecto tonificante. Potenciamos el efecto revitalizante de la luz con la máscara LightCare que de entre sus principales componentes cabe destacar la arbutina, la vitamina A (retinol), la vitamina C y el ácido glicólico. Estas vitaminas se combinan con el ácido glicólico, por su actividad epidermolítica haciendo que los queratinocitos se despeguen produciendo una descamación de la piel (peeling) activando con ello un nuevo crecimiento de piel.

Remisión del Acné: La emisión de luz azul de 470nm de PHOTOCARE actúa sobre la bacteria responsable del acné y estimula la respuesta cicatrizante del organismo. Al iluminar la piel con PHOTOCARE aseguramos la transmisión de energía lumínica suficiente hasta 2mm de profundidad (dermis) donde se encuentra la bacteria responsable del acné. En este proceso se activa la producción de colágeno y la generación de una variante molecular de oxígeno que destruye la bacteria ya que le resulta tóxica. Como consecuencia de este proceso, la actividad de la bacteria remite, se reduce la inflamación del acné, desaparece la infección y mejora el estado de la piel en general. Con el modo de tratamiento acné en combinación con la máscara AcneCare, se neutraliza la proliferación de la bacteria y se posibilita una reducción de la inflamación.

Reafirmación del óvalo facial: El PHOTOCARE combina la emisión de luz roja y amarilla por sus efectos vasodilatadores y tonificantes así como el verde/magenta alternados por su acción de activación enzimática, revitalización y reparación. Se desencadena una acción sinérgica de la luz con la máscara LiftCare que contiene elastina como componente principal, una proteína estructural de la matriz celular. Su aplicación local disminuye la rugosidad de la piel aumentando la hidratación de la misma y restituyendo la elasticidad propia de los tejidos dérmicos.

Hidratación y mejora de la textura: Se usa la emisión de luz roja por su efecto estimulante y vasodilatador junto a la emisión amarilla y verde/magenta alternados por sus efectos tonificantes, drenantes y revitalizantes. Completamos el proceso reparador aplicando la máscara HydroCare que contiene vitamina E, entre otros componentes activos. La vitamina E por efecto antioxidante resulta un poderoso hidratante de la epidermis con sus efectos beneficiosos en la prevención de arrugas.

Blanqueamiento dental: El blanqueamiento dental es un tratamiento para devolver el color de los dientes al blanco original, perdido a través de los años debido a cambios en la estructura mineral del diente y a la disminución de la porosidad del esmalte, así como al efecto de numerosos agentes colorantes, como los pigmentos bacterianos, los alimentos, el café o el tabaco. El peróxido de carbamida, suministrado en el kit SmileCare, es un potente blanqueador dental que se activa en presencia de luz azul de alta intensidad. PHOTOCARE restituye la luminosidad perdida del esmalte dental.

PHOTOCARE es un equipo diseñado por SORISA para la práctica de tratamientos de estética facial integral, basándose en las técnicas de fototerapia y fotoporación, en acción combinada con cosmético.

PHOTOCARE

LA FOTOTERAPIA INTEGRAL MÁS AVANZADA

REF. 1638

- > GAMA: ANTIAGING
- > SUB-GAMA: ANTIAGING
- > TECNOLOGÍA: FOTOPORACIÓN, FOTOTERAPIA
- > TRATAMIENTO: ANTIACNE, ANTIARRUGAS, BLANQUEAMIENTO DENTAL, DESPIGMENTANTES, HIDRATACIÓN, REAFIRMACIÓN



CARACTERÍSTICAS TÉCNICAS

MEDIDAS: LARGO 580 MM. - ANCHO 530 MM. - ALTURA: BRAZO RECOGIDO: 1115 MM.
BRAZO EXTENDIDO: 1450 MM.
PESO: 30 KG.

CARACTERÍSTICAS ELÉCTRICAS DE ENTRADA

TENSIÓN DE ALIMENTACIÓN NOMINAL 94V A 240V~ 50/60 HZ
FUSIBLES DE ALIMENTACIÓN 10 A T
CONSUMO MÁXIMO 900 W

CARACTERÍSTICAS ÓPTICAS DE SALIDA

ROJO

POTENCIA ELÉCTRICA DE CADA EMISOR 850MW 20%
NÚMERO DE EMISORES 150
LONGITUD DE ONDA DOMINANTE MÍN.: 620.5 NÚM. – TÍPICA: 625 NÚM. – MÁX.: 645 NÚM.
FLUJO RADIANTE POR EMISOR MÍNIMO: 106 MW – TÍPICO: 145M W
PERFIL DE RADIACIÓN LUMÍNICA LAMBERTIANO COLIMADO A 15°

VERDE

POTENCIA ELÉCTRICA DE CADA EMISOR 1,2W $\pm$ 20%
NÚMERO DE EMISORES 150
LONGITUD DE ONDA DOMINANTE MÍN.: 520 NÚM. – TÍPICA: 530 NÚM. – MÁX.: 550 NÚM.
FLUJO RADIANTE POR EMISOR MÍNIMO: 39 MW – TÍPICO: 59 MW

PERFIL DE RADIACIÓN LUMÍNICA LAMBERTIANO COLIMADO A 15°

AZUL

POTENCIA ELÉCTRICA DE CADA EMISOR 1,2W ± 20%

NÚMERO DE EMISORES 150

LONGITUD DE ONDA DOMINANTE MÍN.: 460NM – TÍPICA: 470NM – MÁX.: 490NM

FLUJO RADIANTE POR EMISOR MÍNIMO: 79 MW – TÍPICO: 160MW

PERFIL DE RADIACIÓN LUMÍNICA LAMBERTIANO COLIMADO A 15°

AMBIENTALES

TEMPERATURA DE OPERACIÓN 10°C 40°C

TEMPERATURA DE ALMACENAMIENTO 20°C A 60°C

LÍMITE DE HUMEDAD RELATIVA 90% SIN CONDENSACIÓN

VENTAJAS

PHOTOCARE aporta los beneficios de un equipo tecnológicamente avanzado:

- Efectivo

La sinergia de un equipo dotado de una gran potencia lumínica y un método cosmético muy avanzado, asegura la efectividad de los tratamientos. Su máximo control en la emisión de luz, permite diferentes secuencias de luz (3 monocromáticas y 3 combinadas), iluminando simultáneamente áreas distintas del panel con diferentes colores (multicolor y multizona), y efectuando barridos de luz para conseguir los efectos bioestimuladores deseados. A parte de su efectividad esta tecnología tiene diversos aspectos beneficiosos, como son la:

- SEGURIDAD.
- MÉTODO NO INVASIVO.
- COMPATIBLE CON TODOS LOS FOTOTIPOS.
- SIN EFECTOS COLATERALES NEGATIVOS.
- NO ES NECESARIO TIEMPO DE RECUPERACIÓN.
- PERMITE TRATAMIENTOS ADAPTABLES AL CLIENTE.

- Rentable

Su gran durabilidad (30.000 horas) y su facilidad de uso por parte del profesional, ya que el tratamiento es prácticamente autónomo, lo convierten en el equipo estético facial más rentable del mercado.

- Completo y versátil

La sonrisa es un componente fundamental de la belleza facial y

Photocare aporta el valor

añadido definitivo. Además de ser una herramienta eficaz para el cuidado de la piel, ofrece la posibilidad de embellecer la sonrisa, rápida, cómoda y efectivamente.

Photocare unido al cosmético Smilecare consigue unos resultados espectaculares desde la primera sesión.

- Compacto

Su diseño en columna con ruedas permite una perfecta movilidad en cualquier cabina facial. Sus tres paneles de LEDs son perfectamente ajustables para mayor confort del cliente y del operador.

- Intuitivo y fácil de usar

El equipo está dotado de una pantalla táctil, que asiste de modo muy intuitivo todos los modos de actuación y protocolos preestablecidos: Modo Libre, Tratamiento General, Tratamiento Localizado y blanqueamiento Dental.

- Higiénico y personal

SORISA plantea una forma innovadora para la aplicación de principios activos sobre la piel. Se trata de una máscara de consistencia gela que incorpora los principios activos específicos para cada tratamiento, lo que implica una mayor comodidad tanto en su aplicación, como en su retirada. Al ser desechable y de un solo uso asegura la personalización y la higiene del tratamiento.

	Gafas terapeuta Ref. 10986 Gama Accesorios y Recambios Sub-Gama Fotodepilación Ud. por pack 1 Ud. Incluidas 1		Gafas metálicas opacas Ref. 61457 Gama Accesorios y Recambios Sub-Gama Fotodepilación Ud. por pack 1 Ud. Incluidas 1
	Oclusores para fototerapia Ref. 11025 Gama Accesorios y Recambios Sub-Gama Fotodepilación Ud. por pack 50 Ud. Incluidas 1		Guía color dental Ref. 11051 Gama Accesorios y Recambios Sub-Gama Facial Ud. por pack 1 Ud. Incluidas 1
	Pack Retractor Bucal para Smilecare Ref. 11040 Gama Accesorios y Recambios Sub-Gama Varios Ud. por pack 10 Ud. Incluidas 1		

	Pack producto HydroCare Ref. 11027 > Gama: Cosméticos > Sub-Gama: Máscaras > Unidades: 3packs x 12 máscaras > Descripción: Máscara para tratamientos de hidratación y nutrición de la piel Sus principales activos son: ácido hialurónico (potente hidratante), colágeno, Aloe vera, vitamina C y vitamina E, con efecto antioxidante y antiarrugas.
---	--

	Pack producto BlueCare Ref. 11029 Gama: Cosméticos > Sub-Gama: Máscaras Unidades: 3packs x 12 máscaras Descripción: Máscara para tratamientos del Acné y pieles comedónicas y con tendencia grasa Sus principales activos son: Aloe Vera, Niacinamida y extracto de adelfa Tiene un efecto descongestivo, calmante, antiséptico y regenerador
	Pack producto LightCare Ref. 11028 > Gama: Cosméticos > Sub-Gama: Máscaras > Unidades: 3packs x 12 máscaras > Descripción: Máscara para tratamientos despigmentantes Entre sus principales componentes cabe destacar la: arbutina, vitamina A (retinol), vitamina C y ácido glicólico Estas vitaminas se combinan con el ácido glicólico que realiza una descamación de la piel (peeling) activando con ello un nuevo crecimiento
	Pack producto WrinkleCare Ref. 11030 > Gama: Cosméticos > Sub-Gama: Máscaras > Unidades: 3packs x 12 máscaras > Descripción: Máscara para tratamientos antiaging cuyo principal activo es el acetil hexapéptico-3 conocido como Argireline, que inhibe la unión neuro-muscular con lo que emula la acción de la toxina botulínica evitando la contracción muscular que causa las arrugas de expresión.
	Pack producto LiftCare Ref. 11031 > Gama: Cosméticos > Sub-Gama: Máscaras > Unidades: 3packs x 12 máscaras > Descripción: Máscara para tratamientos de reafirmación facial que contiene elastina como componente principal Su aplicación local disminuye la rugosidad de la piel, aumentando la hidratación de la piel y restituyendo la elasticidad cutánea También contiene colágeno que proporciona una acción tonificante y reafirmante.

ANEXO N° 3 EQUIPOS PARA MASAJES, TRATAMIENTOS CORPORALES & REDUCTORES.

EQUIPO DERMOHEAT

TRATAMIENTOS FACIALES Y CORPORALES

SORISA presenta DERMOHEAT, un nuevo concepto en tratamientos faciales y corporales basados en la tecnología de radiofrecuencia (1 Mhz).

Este nuevo desarrollo de SORISA es una solución eficaz para combatir la flacidez cutánea y la celulitis, reducir la adiposidad localizada y también se ha demostrado sumamente efectivo como recuperador muscular.

DERMOHEAT es un equipo único por la evolución del protocolo de tratamiento basado en radiofrecuencia combinada con una gama específica de 3 aceites Essential, especialmente formulado para combatir las diferentes alteraciones en la piel. DERMOHEAT permite multitratamientos combinados con productos cosméticos, gracias a los distintos protocolos presentados utilizando cabezales intercambiables (3x) y placas fijas.

Esta combinación de tecnologías unidas al cosmético Essential, convierten al DERMOHEAT en el equipo de radiofrecuencia capacitiva más avanzado y seguro del mercado.

DERMOHEAT ha sido diseñado por el departamento de I+D de SORISA aprovechando todos los conocimientos en materia de generación de calor por campos electromagnéticos. La emisión de energía electromagnética en el rango de frecuencias de 1 Mhz en los tejidos (ondas de radiofrecuencia), es determinante para desencadenar una serie de procesos en las células de la dermis especializadas en la generación de colágeno, los fibroblastos.

Además, SORISA propone un método innovador de aplicación de radiofrecuencia mediante la utilización de aceites con cosmético activo, que por sus propiedades aislantes nos permite alcanzar la máxima inducción calórica a mayor profundidad dérmica del modo más seguro para la piel.

Los parámetros de tratamiento de la radiofrecuencia de DERMOHEAT generan un efecto de Radioporación que acelera la absorción de los aceites activos empleados en el protocolo de tratamiento.

1. RADIOFRECUENCIA CAPACITIVA

SORISA ha diseñado DERMOHEAT aprovechando las propiedades y ventajas de la energía electromagnética, que se genera con campos eléctricos oscilantes en un medio capacitivo. La radiofrecuencia capacitiva, permite de un modo mucho más selectivo y seguro, elevar la temperatura interna de la dermis y el tejido adiposo. La aplicación de un campo eléctrico alterno al cuerpo genera una fricción molecular entre las moléculas de agua contenidas en la dermis, que varían su posición en función de la polaridad del campo eléctrico inducido. Este movimiento molecular produce un aumento de la energía cinética y genera calor por fricción con las moléculas colindantes.

Cuando un tejido alcanza a nivel profundo una temperatura mantenida de 44 a 45°C, se desencadena la liberación de las HSP (Heat Shock Proteins) o proteínas de choque térmico, que se sintetizan en el fibroblasto. Estas moléculas protegen la estructura de las proteínas y del colágeno, evitando su desnaturalización y recuperando el que a consecuencia de la edad se había desestructurado. Posteriormente, los mecanismos de reparación activan en el mismo fibroblasto la síntesis de colágeno y elastina, mecanismo imprescindible para aumentar la capacidad de sostén de la dermis y con ello producir su rejuvenecimiento.

2. LA RADIOPORACIÓN

La Radioporación es el efecto que se obtiene a partir de la modulación de la corriente de alta frecuencia, con lo que se consigue un efecto de permeabilización (PORACIÓN) de la capa externa de la piel y de la membrana celular, facilitando la penetración de principios activos.

3. EL USO DE COSMÉTICO EN LA RADIOFRECUENCIA

La utilización de aceites en los distintos protocolos de tratamiento aumenta el efecto capacitivo de calor en profundidad y protección de la superficie que produce la radiofrecuencia, gracias a que los aceites son sustancias aislantes. Esto es una diferencia fundamental con los geles acuosos que producen un calentamiento mucho más superficial. Para realizar los tratamientos indicados, DERMOHEAT incluye 3 aceites con principios activos diferentes. Gracias al fenómeno de Radioporación, el tratamiento nos permite vehiculizar esas sustancias a niveles dérmicos y subdérmicos.

- **Essential Age:** Aceite con principios activos como la Jojoba que aporta a la epidermis los elementos nutritivos que la refuerzan, y los oligopéptidos que suavizan las arrugas mediante la relajación de la placa neuromuscular, simulando la acción del botox.

- **Essential Firming :** Aceite con principios activos especiales para la reafirmación de senos, glúteos, abdomen y brazos mediante la resina de **guggulu**, un potente reafirmante, combinado con rosa mosqueta y extracto de caviar, un regenerador de los tejidos, combinados con aceites antioxidantes y nutritivos.

Commiphora wightii

(Arn.) Bhandari 1964

El **guggul**, **mukul**, **goma de guggul** también llamado *árbol de mirra de mukul* es una planta de la familia Burseraceae natural de Arabia y de la India.



Descripción: Es un árbol espinoso que alcanza 2-3 metros de altura con muy poco follaje. Su corteza se desprende dejando al descubierto la albura. Cuando se hiere al tronco exuda una resina olorosa parecida a la mirra.

Propiedades

Reduce los niveles de colesterol.

Preventivo de la angina de pecho ya que reduce la agregación plaquetaria.

El principal beneficio del guggul es su capacidad para rebajar los niveles de lipoproteína de baja intensidad, también conocida como LDL o colesterol malo. El extracto de guggul también previene la impotencia sexual masculina.

Tomado de http://es.wikipedia.org/wiki/Commiphora_wightii , Jul. 02, 2011

Essential Contour : Aceite con principios activos anticelulítico que ayudan a la disolución de los ácidos grasos mediante los principios

activos que se encuentran en algas como el fucus y mejoran el estado de la piel mediante el contenido de oligoelementos, beta-carotenos y vitamina c.



“Fucus vesiculosus es una importante fuente de yodo, elemento descubierto en 1812 y usado para tratar el bocio, enfermedad de la glándula tiroidea debida a la deficiencia de dicho elemento. En la década de 1860 con el uso del sargazo como estimulante tiroideo se notó que frenaba también la obesidad por el incremento del metabolismo basal por lo que se lo agregó a la lista de remedios para la pérdida de peso.

Es conocida por propiedades anti celulíticas y anti obesidad. Es de uso alimentario en Japón, usado como aditivo y saborizador en varios productos. El sargazo es ingerido como componente de tabletas o polvos como suplemento nutricional. A veces se lo encuentra como kelp, pero es otra alga de mar. Debe sus propiedades a varios principios activos: ácido algínico, otros mucílagos: la fucoidina, la laminarina y diversos carotenoides (factores pro vitamínicos). Tiene aceites esenciales y vitaminas A, B1, C, E y pequeñas cantidades de B12; sales minerales, especialmente iodo, potasio, bromo, sodio, magnesio, hierro, manganeso, cloro, fósforo, fucosa, azufre y silicio; proteínas y lípidos. Se utiliza el talo del alga.

Los constituyentes primarios químicos de esta alga incluyen: mucílago, algina, manitol, beta-caroteno, zeaxantina, iodo, bromo, potasio, aceites volátiles, y muchos minerales.”

http://es.wikipedia.org/wiki/Fucus_vesiculosus

DERMOHEAT ha sido diseñado bajo la supervisión de nuestro Departamento de Investigación Médica, y se han llevado a cabo rigurosos estudios clínicos, que nos han demostrado la eficiencia y seguridad de La tecnología, en cuanto a beneficios y resultados demostrables tanto en hombres como en mujeres de diferentes edades.

DERMOHEAT es la solución óptima para:

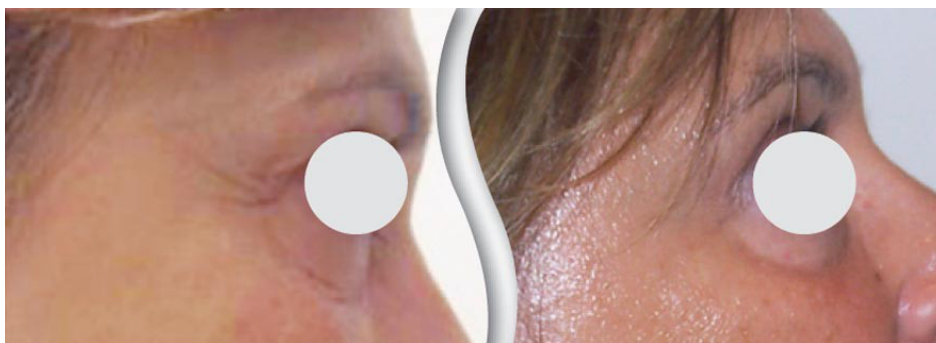
- Mejorar la hipotonía de la piel.
- Aumentar la actividad de los fibroblastos y síntesis de colágeno.
- Mejorar la circulación sanguínea.

- Disminuir el porcentaje de grasa.
- Reducir la celulitis

Resultados conseguidos en los estudios clínicos:

ESSENTIAL AGE

CASO 1. Flacidez facial.



ANTES

DESPUÉS

CASO 2. Arrugas periorcular.



ANTES

DESPUÉS

CASO 3. Arrugas peri bucal.



ANTES

DESPUÉS

ESSENTIAL CONTOUR

CASO 1. Celulitis. Pérdida de 5 cm. en muslo.



ANTES

DESPUÉS

ESSENTIAL FIRMING

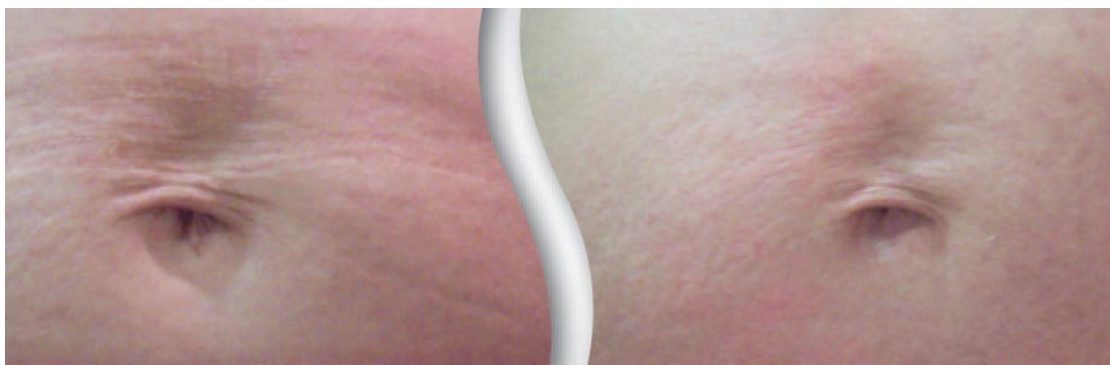
CASO 1. Flacidez brazos.



ANTES

DESPUÉS

CASO 2. Flacidez. Pérdidas de 7 cm.



ANTES

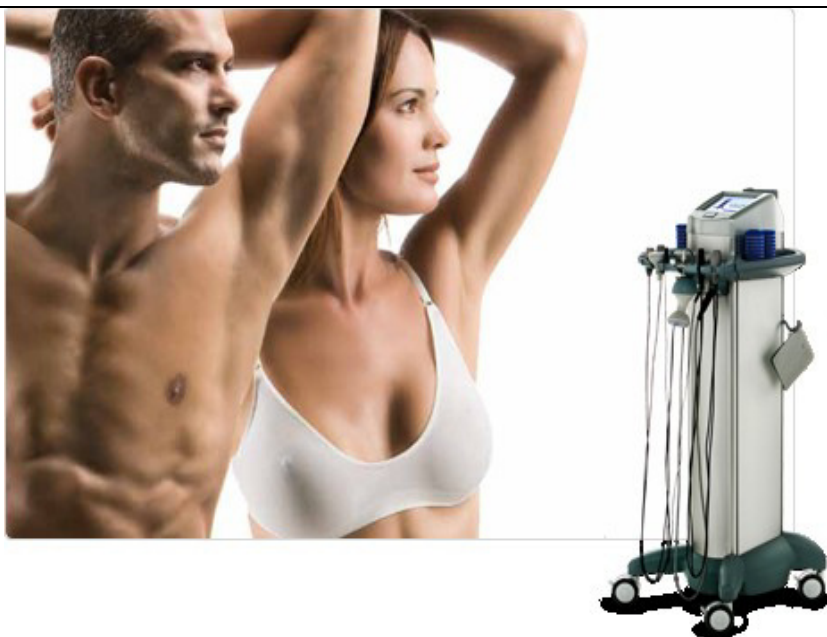
DESPUÉS

La radiofrecuencia capacitiva a 1Mhz asegura un calentamiento dérmico y subdérmicos óptimo para conseguir el mejor resultado tanto en tratamientos faciales como corporales desde la primera sesión.

- **EL ÚNICO CON CABEZAL CERÁMICO:** Gracias a su revestimiento cerámico de alta resistencia, los cabezales consiguen un alto grado de aislamiento, asegurando una mayor durabilidad, seguridad y eficiencia.
- **AUTONOMÍA Y RENTABILIDAD:** Sus dos pares de placas fijas, le permiten realizar tratamientos corporales sin necesidad de operador.
- **EL ÚNICO CON RADIOPORACIÓN:** Sinergia de tecnologías (radiofrecuencia + Radioporación) para conseguir los mejores resultados en menor tiempo.

GAMA DE ACEITES ESSENTIAL: La gama de aceites de SORISA, con principios activos específicos para cada tratamiento, forman una unidad de tratamiento con la RF. por sus propiedades aislantes, los aceites maximizan la transmisión energética en profundidad tisular y permiten la transmisión del producto activo a las células de destino.

- **CABEZALES DE APLICACIÓN QUE MARCAN LA DIFERENCIA :** Los cabezales del DERMOHEAT son adaptativos, ya que el generador de corriente se acopla a la conductividad de cada persona, consiguiendo una transferencia de energía al tejido óptima. Los diferentes cabezales intercambiables permiten múltiples tratamientos:
 - **2 cabezales bipolares:** Los cabezales bipolares han sido diseñados para una concentración térmica zonal. Uno está destinado a aplicaciones faciales y otro a corporales y se utilizan cuando se pretenden tratamientos más localizados.
 - **1 cabezal mono polar:** El cabezal mono polar está construido para producir un efecto expansivo del calentamiento a nivel dérmico y subdérmicos. Está destinado a tratamientos corporales de mayor superficie, garantizando una acción que se propaga hasta la hipodermis. es necesaria la aplicación de una placa de retorno.



DERMOHEAT

La regeneración facial y corporal por radiofrecuencia

Ref. 1706

- > Gama: Remodelación
- > Sub-Gama: Remodelación/facial
- > Tecnología: Radiofrecuencia, Radioporación
- > Tratamiento: Adiposida localizada, Celulitis, Contracturas musculares, Corporal, Estrías y cicatrices, Facial, Flacidez, Masaje

CARACTERÍSTICAS TÉCNICAS

Interface: Pantalla táctil de 5'7"

Dimensiones: Largo: 580mm - Ancho 530mm - Alto 1115mm

Peso: 20 Kg

CARACTERÍSTICAS GENERALES

Consumo máximo: 300 W

Temperatura de operación: 0°C a 40 °C

Nº de Programas: 8 preestablecidos y 9 personalizados.

RADIOFRECUENCIA

Frecuencia: 1Mhz

Tensión Max.: 400 Vpp

Potencia máxima: 140 W (5000)

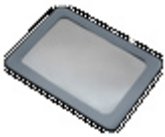
Modos: Pulsado y continuo

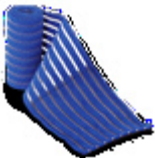
Nº de placas: 2 Pares de placas de 108 x 133 mm

Nº de cabezales : Facial: 1 Bipolar de 30 mm de diámetro

Corporal: 1 Bipolar de 50 mm de diámetro

1 Monopolar de 50 mm de diámetro

	Placa 114 100cm2 Ref. 7651 Gama Accesorios y Recambios Sub-Gama Corporal Ud. por pack 1 Ud. Incluidas 1
	Cable del electrodo de retorno Ref. 10116 Gama Accesorios y Recambios Sub-Gama Depilación eléctrica Ud. por pack 1 Ud. Incluidas
	Cabezal mono polar 114 50 mm Ref. 11085 Gama Accesorios y Recambios Sub-Gama Corporal Ud. por pack 1 Ud. Incluidas 1
	Cabezal bipolar 114 50 mm Ref. 11086 Gama Accesorios y Recambios Sub-Gama Corporal Ud. por pack 1 Ud. Incluidas 1
	Cabezal bipolar facial 30 mm Ref. 11087 Gama Accesorios y Recambios Sub-Gama Facial Ud. por pack 1 Ud. Incluidas 1
	Aplicador DERMOHEAT Ref. 11088 Gama Accesorios y Recambios Sub-Gama Varios Ud. por pack 1 Ud. Incluidas 1
	Cable aparato/placas Ref. 11089 Gama Accesorios y Recambios Sub-Gama Varios Ud. por pack 1 Ud. Incluidas 2
	Placa DERMOHEAT Ref. 11090 Gama Accesorios y Recambios Sub-Gama Corporal Ud. por pack 1 Ud. Incluidas 4
	Banda elástica 60x8 cm Ref. 60501 Gama Accesorios y Recambios Sub-Gama Corporal Ud. por pack 1 Ud. Incluidas 1

	Banda elástica 80x8 cm Ref. 60502 Gama Accesorios y Recambios Sub-Gama Corporal Ud. por pack 1 Ud. Incluidas 2
	Bandas elásticas 150x8 cm Ref. 60503 Gama Accesorios y Recambios Sub-Gama Corporal Ud. por pack 1 Ud. Incluidas 2
	Pinza cocodrilo AK-10 negra Ref.610081 Gama Accesorios y Recambios Sub-Gama Varios Ud. por pack 1 Ud. Incluidas 1
	Pack aceite Essential Contour Ref. 11097 Gama Cosméticos Sub-Gama Radiofrecuencia Ud. por pack 3 Ud. Incluidas
	Pack aceite Essential Age Ref. 11098 Gama Cosméticos Sub-Gama Radiofrecuencia Ud. por pack 3 Ud. Incluidas 1
	Pack aceite Essential Firming Ref.11099 Gama Cosméticos Sub-Gama Radiofrecuencia Ud. por pack 3 Ud. Incluidas 1

FAQ's:

1. ¿Qué es y para qué sirve el DERMOHEAT?

DERMOHEAT es un equipo de radiofrecuencia para tratamientos faciales y corporales destinado principalmente a arrugas, flacidez, celulitis, adiposidad localizada, cicatrices, estrías y relajación muscular.

2. ¿Qué es la RADIOFRECUENCIA?

Se trata de corrientes variables de alta frecuencia a 1 MHz que alterna su polaridad con lo que provoca la rotación de las moléculas de agua que por fricción generan calor.

3. ¿Qué efectos produce?

El calor local actúa sobre los tejidos estimulando la circulación sanguínea, aumentando el metabolismo local y la formación de colágeno. Ello permite

actuar sobre la flacidez cutánea y las arrugas en el rejuvenecimiento y acelera la degradación de grasas en los depósitos localizados. El calor también actúa sobre las contracturas musculares relajándolas, y sobre cicatrices y estrías (¿cómo?).

4. ¿Se combina con cosméticos?

Para su mejor aplicación y aumentar sus efectos SORISA propone emplear la radiofrecuencia con aceites específicos con principios activos. Existen tres tipos distintos en función de lo que se desee realizar:

- Essential Contour: indicado en la celulitis o en adiposidad localizada.
- Essential Age: indicado en los tratamientos faciales.
- Essential Firming: indicado en tratamientos de flacidez.

5. ¿Qué diferencia hay entre la radiofrecuencia mono polar y la bipolar?

Se trata de dos maneras distintas de aplicar la radiofrecuencia sobre el cuerpo. La mono polar implica el uso de dos electrodos, uno activo y otro de cierre de circuito; esta aplicación está especialmente indicada en tratamientos de problemas más profundos como en la adiposidad localizada. La bipolar integra ambos electrodos en el mismo cabezal y tiene una acción más superficial, estando especialmente indicada en flacidez y arrugas.

6. ¿En qué consiste una sesión?

Una sesión con DERMOHEAT empieza con una limpieza de la zona a tratar para retirar restos de cosméticos o cremas. Se puede continuar con un ligero peeling para pasar a la aplicación un aceite específico sobre la zona a tratar sobre la que se aplicará el cabezal correspondiente. Durante la sesión se moviliza continuamente el cabezal de manera que no quede estático sobre ninguna zona.

7. ¿Cuánto dura una sesión?

Depende de la zona a tratar. Puede ir desde los 30 minutos de una aplicación facial completa hasta los 40 minutos de una sesión en el abdomen.

8. ¿Cuántas sesiones son necesarias?

Dependerá de la importancia, severidad y extensión del problema, pero por lo general se suelen realizar unas 10 sesiones con una frecuencia de dos sesiones por semana.

9. ¿Qué resultados se consiguen?

A nivel facial alisa las arrugas y recupera el tono de la piel dando lugar a un efecto lifting. También mejora la calidad y aspecto de la piel de naranja. A nivel corporal actúa remodelando la silueta.

10. ¿Es seguro el tratamiento?

El uso de la radiofrecuencia es una forma no invasiva e indolora para reducir la flacidez cutánea, arrugas y la adiposidad localizada, que no representa ningún riesgo para el/la usuario, cliente? siempre que se utilice siguiendo las pautas, indicaciones y observando las contraindicaciones correspondientes.

11. ¿Hay que seguir algún tratamiento anterior o posterior?

No es necesario ningún tratamiento previo; pero en los tratamientos de la celulitis y de la adiposidad localizada, el control de la ingesta calórica y la toma de líquidos siempre son recomendables. Igualmente una vez se ha conseguido el resultado deseado, es importante establecer un programa de mantenimiento.

12. ¿Cuánto tiempo ha de transcurrir de una sesión a otra?

En general, tanto para los tratamientos corporales como faciales, se recomienda realizar dos sesiones por semana, en días alternos.

13. ¿Es doloroso el tratamiento?

Si el tratamiento se realiza correctamente no es doloroso. Lo habitual es sentir calor en profundidad, aunque esta sensación varía tanto entre personas como entre zonas de tratamiento o días en los que se realiza. Suele sentirse más calor en las zonas ricas en agua y menos en las zonas más deshidratadas o de menor componente muscular.

14. ¿Existen contraindicaciones para la aplicación de la radiofrecuencia?

Como en cualquier técnica hay situaciones que contraindican el uso de la

radiofrecuencia, tales como mujeres embarazadas, portadores de marcapasos, implantes metálicos, la presencia de heridas u otras patologías en la zona a tratar, alteraciones de la sensibilidad cutánea, alteraciones de la coagulación de la sangre así como varices y/o antecedentes recientes de tromboflebitis o flebotrombosis.

EQUIPO IMPACT

METODOS REDUCTORES

Método de Cavitación, Electroporación

Aplicando el método de remodelación aplicaremos tecnología de cavitación, electroporación para reducir la adiposidad localizada, remodelación corporal, celulitis y flacidez. La cavitación consiste en la formación de burbujas que origina la vibración sónica. Dichas burbujas pueden ser estables, crecer y colapsarse (implosión), ejerciendo con ello una acción mecánica sobre el tejido adiposo destruyéndolo de una forma no invasiva e indolora. La electroporación consiste en el uso de corrientes de media frecuencia para la abertura de micro poros transitorios en la capa externa de la piel y en la membrana celular, lo cual facilita la penetración de los activos del cosmético utilizado, e incrementando la efectividad del tratamiento. Es una alternativa muy eficaz e indolora a la meso terapia con agujas. La acción combinada de ultrasonidos, electroporación y gel activo, actúa en la remodelación corporal dando lugar a una importante pérdida de perímetro, actuando no sólo sobre la adiposidad localizada sino también sobre la celulitis y la flacidez cutánea.

Una sesión con IMPACT se divide en distintas partes, primero se combina la acción de los ultrasonidos con gel activo, ya sea anticelulítico como tensor, con corrientes de electroporación. Tras la aplicación de ambas técnicas (que se realiza conjuntamente ya que el cabezal de ultrasonidos es a su vez el electrodo de corrientes de electroporación), se realiza un drenaje mediante presoterapia para ayudar a eliminar la grasa que se haya podido liberar. La duración de las sesiones depende de la zona a tratar, pero por lo general suele ser unos 40 minutos de ultrasonidos combinados con electroporación más 20 minutos de presoterapia. Dependerá de la importancia, severidad y extensión

del problema, pero por lo general se suelen realizar unas 10 sesiones con una frecuencia de una sesión por semana. Con este método en pocas sesiones se reduce perímetro, se mejora de la calidad de la piel y se pierde tanto peso como volumen. Lo habitual es realizar una sesión semanal, aunque en algunos casos se pueden realizar dos por semana, especialmente cuando se realizan sesiones cortas.

Es un método seguro siempre y cuando se sigan las pautas del tratamiento y se tengan en cuenta las contraindicaciones correspondientes. La combinación de ultrasonidos con electroporación es una forma no invasiva e indolora para reducir el espesor del panículo adiposo que no representa ningún riesgo para el/la paciente siempre que se utilice siguiendo las pautas, indicaciones y contraindicaciones correspondientes.

Después de una sesión con IMPACT es siempre necesario realizar un drenaje linfático con presoterapia, además durante todo el tratamiento es necesario ingerir al menos 1,5 litros de agua diarios para ayudar a eliminar del organismo la grasa destruida con IMPACT.

Como en cualquier tratamiento de remodelación corporal, un control de la ingesta y la toma de líquidos siempre es recomendable. Igualmente una vez se ha conseguido el resultado deseado, es importante establecer un programa de mantenimiento.

El tratamiento no es doloroso. lo habitual es sentir un hormigueo confortable que corresponde a la intensidad de las corrientes de electroporación, aunque esta sensación varía tanto entre personas como entre zonas de tratamiento. Además de este hormigueo es normal sentir un ligero zumbido en el oído cuando está en funcionamiento la cavitación. Como en cualquier técnica hay situaciones que contraindican el uso de ultrasonidos, tales como la presencia de heridas u otras patologías en la zona a tratar, prótesis metálicas, alteraciones de la sensibilidad cutánea, alteraciones de la coagulación de la sangre así como varices y/o antecedentes recientes de tromboflebitis o flebotrombosis. A estas contraindicaciones cabe añadirles las correspondientes al uso de corrientes tales como portadores de marcapasos, etc.



IMPACT

La cavitación de última generación

Ref. 1704

- > Gama: Remodelación**
- > Sub-Gama: Remodelación**
- > Tecnología: Cavitación, Electroporación**
- > Tratamiento: Adiposidad localizada, Celulitis, Corporal, Flacidez**

El IMPACT es un equipo que combina ultrasonidos de 40 KHz con corrientes de electroporación destinado a tratamientos de adiposidad localizada, remodelación corporal, celulitis y flacidez.

EQUIPO PRESOR 03

DESINTOXICACION GENERAL DEL ORGANISMO

PRESOR-03 es un equipo de presoterapia destinado al tratamiento de problemas de retención de líquidos y trastornos circulatorios, de forma natural y fisiológica, sin necesidad de intervenciones ni fármacos.

Incorpora los últimos avances tecnológicos y 6 programas de trabajo distintos que resuelven todos los problemas circulatorios, gracias a la activación de la circulación de retorno. Está especialmente indicado en casos de pesadez de piernas y piernas cansadas, celulitis, en aplicaciones de post-cirugía estética y para la relajación y desintoxicación general del organismo.

Cada uno de los 6 modos de presoterapia de que dispone cuenta con 9 programas diferentes, lo que supone un total de 54 programas de trabajo preestablecidos, además de la posibilidad de libre programación por parte del profesional.

Características:

PRESOR-03 Excellens en un equipo con múltiples aplicaciones:

- Estimulo de la circulación de retorno venosa y linfática.
- Mantenimiento de la normal circulación de retorno.
- Prevención de la aparición de varices.
- Linfoedemas y edemas venosos.
- Edemas post-quirúrgicos (post-mastectomía...) y post-traumáticos.
- Celulitis.
- Obesidad.
- Mejora del tropismo y recuperación de la elasticidad cutánea.
- Cuidados post-parto.
- Prevención de trombosis en encamados.
- En la post-cirugía estética. Fundamental después de la liposucción o la lipoescultura.
- Desintoxicación general del organismo.

Estudios Clínicos.- La mejoría de los edemas tratados con el equipo PRESOR-03 Excellens ha sido medida y probada mediante la investigación clínica.

Hemos realizado un estudio de la efectividad de PRESOR-03 Excellens en comparación con las técnicas tradicionales de rehabilitación.

La principal variable estudiada ha sido la reducción en cm. del perímetro de la extremidad tratada respecto al grupo de control, su evolución tras varias sesiones y una vez concluido el tratamiento.

PREGUNTAS FRECUENTES

Esta aplicación consigue mediante un masaje neumático por compresión controlada prevenir la aparición de piernas cansadas, pesadez y aliviar estos procesos.

Gracias al diseño de sus componentes y a sus múltiples posibilidades de programación, PRESOR-03 ofrece a cada cliente un método personal, confortable y muy eficaz.

1.- ¿En qué consiste su aplicación?

1. Colocación del accesorio desechable. Prevención e higiene.
2. Accesorio de pie con suela rígida incorporada.
3. Adaptación de las botas compartimentadas en escamas.
4. Adaptación de la banda de caderas, glúteos y abdomen.
5. Presoterapia personalizada
6. Un método personal, confortable y muy eficaz.

2.- ¿Qué efecto produce PRESOR-03 Excellens?

- Mantenimiento de la normal circulación de retorno.
- Prevención de la aparición de varices, ante la presencia de sintomatología de esta patología (molestias, piernas cansadas y retención de líquidos...)
- Elimina los signos de cansancio y pesadez de piernas.
- Complemento imprescindible en aplicaciones sobre “piel de naranja”

3.- ¿Cuántas sesiones se necesitan?

- La mejora y sus resultados se evidencian claramente en una sola sesión.
- No existe límite de sesiones, pudiéndose realizar aplicaciones siempre que sea necesario.

PRESOR-03

La presoterapia más rentable

Ref. 11213

- Gama: Remodelación
 - > Sub-Gama: Remodelación
 - > Tecnología: Presoterapia
 - > Tratamiento: Corporal, Retención líquidos/piernas cansadas/ drenaje.
- CARACTERÍSTICAS TÉCNICAS

Dimensiones 546 x 156 x 1.100 (mm)

Peso 10,2 kg.

Consumo máximo 115 VA

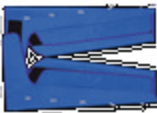
Programas preestablecidos 54

Nº de salidas 7



ACCESORIOS:

	Pantalón de papel Ref. 33038 Gama Accesorios y Recambios Sub-Gama Textil Ud. por pack 1 Ud. Incluidas 1
	Pie izquierdo Ref.60505 Gama Accesorios y Recambios Sub-Gama Presoterapia Ud. por pack 1 Ud. Incluidas 1
	Faja dos salidas Ref. 60506 Gama Accesorios y Recambios Sub-Gama Presoterapia Ud. por pack 1 Ud. Incluidas 1
	Pierna derecha Ref. 60510 Gama Accesorios y Recambios Sub-Gama Presoterapia Ud. por pack 1 Ud. Incluidas 1
	Pie derecho Ref. 60511 Gama Accesorios y Recambios Sub-Gama Presoterapia Ud. por pack 1 Ud. Incluidas 1

	Pierna izquierda Ref. 60512 Gama Accesorios y Recambios Sub-Gama Presoterapia Ud. por pack 1 Ud. Incluidas 1
	Tubos pierna Ref. 60910 Gama Accesorios y Recambios Sub-Gama Presoterapia Ud. por pack 1 Ud. Incluidas 1
	Cable de red 4 metros Ref. 102046 Gama Accesorios y Recambios Sub-Gama Varios Ud. por pack 1 Ud. Incluidas 1
	Alforja tubos Ref. 620015 Gama Accesorios y Recambios Sub-Gama Presoterapia Ud. por pack 1 Ud. Incluidas 1
	Tubos brazo i/d Ref. 7668 Gama Accesorios y Recambios Sub-Gama Presoterapia Ud. por pack 1 Ud. Incluidas 1
	Tubos brazos Doble Ref. 10013 Gama Accesorios y Recambios Sub-Gama Presoterapia Ud. por pack 1 Ud. Incluidas 1
	Brazo izquierdo Ref. 60504 Gama Accesorios y Recambios Sub-Gama Presoterapia Ud. por pack 1 Ud. Incluidas 1
	Brazo derecho Ref. 60509 Gama Accesorios y Recambios Sub-Gama Presoterapia Ud. por pack 1 Ud. Incluidas 1

ANEXO N° 4 CERAS DEPILATORIAS

Cera Tibia Natural

Ref. 11120

- > Gama: Cosméticos
- > Sub-Gama: Ceras depilatorias
- > Unidades: 1 pack x 52 unidades
- > Descripción: Cera Tibia Natural de depilatoria profesio



100 ml para todos los calentadores de rollón universales Presentación en cajas de 52 unds. Ingredientes: Colophonium (rosin), Glyceryl rosinat, Dipropylene Glycol dibenzoate, cera microcristallina, Paraffi

Cera Tibia Aloe Vera

Ref. 11122

- > Gama: Cosméticos
- > Sub-Gama: Ceras depilatorias
- > Unidades: 1 pack x 52 unidades



> Descripción: Cera Tibia Aloe Vera de depilatoria profesional con capacidad de 100 ml para todos los calentadores de rollón universales Presentación en cajas de 52 Unds Ingredientes :Colophonium (rosin), Glyceryl hydrogenated rosinat, Dipropylene glycol dibenzoate, Cera microcristallina, Paraffin, Aloe barbadensis extract ,CI 61565

Cera Tibia Chocolate

Ref. 11121

- > Gama: Cosméticos
- > Sub-Gama: Ceras depilatorias
- > Unidades: 1 pack x 52 unidades



> Descripción: Cera Tibia Chocolate de depilatoria profesional con capacidad de 100 ml para todos los calentadores de rollón universales Presentación en cajas de 52 Unds Ingredientes: Colophonium (rosin), Glyceryl hydrogenated rosinat, Dipropylene glycol dibenzoate, cera microcristallina, Theobroma cacao, Paraffin, Parfum, Prunus amigdalus dulci oil, CI 77491, CI 77492, CI 77499

Cera depilación CV-95 verde 1 Kg

Ref. 30601

- > Gama: Cosméticos
- > Sub-Gama: Ceras depilatorias
- > Unidades: 1

Descripción: Para equipos CRM,CR-1,5I, CR-8I,CR-9I,CR-10I



Cera depilación CB-95 blanca 1Kg

Ref. 30603

- > Gama: Cosméticos
- > Sub-Gama: Ceras depilatorias
- > Unidades: 1

Descripción: Para equipos CRM,CR-1,5I, CR-8I,CR-9I,CR-10I



Cera depilación CF-95 fría bote 800 gr

Ref. 30604

- > Gama: Cosméticos
- > Sub-Gama: Ceras depilatorias
- > Unidades: 1

> Descripción: Para CRF-05.Compatible con Olla Cera CRF-0



Cera depilación fría bote 500 gr

Ref. 30605

- > Gama: Cosméticos
- > Sub-Gama: Ceras depilatorias
- > Unidades: 1

> Descripción: Para CRF-04.Compatible con Olla Cera CRF-1



Carga de cera rollón con rodillo

Ref. 30616

- > Gama: Cosméticos
- > Sub-Gama: Ceras depilatorias
- > Unidades: 1
- > Descripción: Para el Rolón-01



ANEXO N° 5 EQUIPO PARA DEPILACION VPL ULTRAPLUS***Tratamientos de Fotodepilación, antiarrugas y acné******La Fotodepilación permanente más rentable y cómoda del mercado.***

El VPL Ultra Plus incorpora una nueva tecnología de luz pulsada intensa de pulso variable, que lo convierte en el equipo más evolucionado del mercado destinado a tratamientos de Fotodepilación, foto rejuvenecimiento y acné. Esta nueva tecnología, amplía los horizontes de cualquier equipo de luz pulsada existente en el mercado, permitiéndole realizar los tratamientos de un modo eficaz, selectivo, seguro y sin causar efectos colaterales de ningún tipo. VPL Ultra Plus para lograr la máxima eficacia en cada uno de los tratamientos, se sirve de tres aplicadores distintos, con filtros de corte a distintas longitudes de onda para la correcta aplicación de los distintos tratamientos.

VPL Ultra Plus es un equipo que aprovecha al máximo ciertas propiedades físicas de la luz para realizar de la forma más eficaz diversos tratamientos estéticos: Fotodepilación, Foto rejuvenecimiento (estimulación de colágeno, alteraciones pigmentarias, lesiones vasculares, pequeñas varices) y tratamientos contra el acné.

En cada caso, la tecnología de luz pulsada actúa de una determinada manera debido al comportamiento de los diferentes tejidos del cuerpo ante la exposición de una luz pulsada en ciertas longitudes de onda.

Concretamente, la melanina y la oxihemoglobina contenida en los vasos, son sustancias que se encuentran en niveles dérmicos y epidérmicos que absorben la energía lumínica en una proporción que dependerá de la longitud de onda de la fuente de luz.

De este modo, las diferentes sustancias tienen niveles de absorción de energía distintas, a distintas longitudes de onda. VPL Ultra Plus se sirve de este principio físico para sacar el máximo provecho a las distintas aplicaciones que podremos llevar a cabo.

Este principio tecnológico permite la absorción de una mayor cantidad de energía por parte de los cromóforos, y evita que se aplique energía térmica

innecesaria a tejidos sobre los que no queremos actuar. Esto es, aquellos que tienen un coeficiente de absorción de energía lumínica mayor a una determinada longitud de onda.

El número de pulsos, la duración de los mismos, y los tiempos entre los pulsos son ajustables a criterio del usuario, o según el programa preestablecido del equipo.

Tecnología exclusiva de pulso variable

VPL Ultra Plus es capaz de emitir múltiples pulsos de luz en un mismo disparo, por lo que aprovecha también un segundo efecto físico de los tejidos humanos de la dermis. El diferente coeficiente de enfriamiento de la piel en contraposición a otros tejidos como la sangre, el pelo, etc...(TRT: Tiempo de Relajación Térmico). Esto supone una mayor eficacia de tratamiento sobre el tejido diana, ya sea una depilación, un tratamiento de acné, o una lesión vascular.

FOTODEPILACIÓN:

VPL Ultra Plus ha sido clínicamente probado para la eliminación permanente de todo tipo de vello en diferentes áreas del cuerpo. La enorme flexibilidad de ajuste de los parámetros de operación permite tratar de forma muy efectiva los distintos tipos de vello (grosor,color y profundidad del folículo) en diferentes tipos de piel.

VPL Ultra Plus emite pulsos de luz en un espacio corto de tiempo, hasta 45J/cm², de modo controlado y sin sobreexponer la piel a energía innecesaria. De este modo, los pulsos de luz son absorbidos de forma selectiva por la melanina contenida en el pelo, lo cual provoca una repentina subida de temperatura hasta 70 °C destruyendo el pelo y el folículo piloso. El vello afectado terminará cayéndose. La tecnología multipulso evitará los efectos colaterales, ya que por diferencia del coeficiente de enfriamiento y absorción tanto la sensación como la afectación de la piel circundante son mínimas.

FOTORREJUVENECIMIENTO:

Utilizando el filtro a 530nm y los ajustes adecuados se podrán efectuar tratamientos de foto rejuvenecimiento tratando las problemáticas típicas del paso del tiempo en la epidermis:

- **Manchas de edad, pigmentación por exposición solar.** Las manchas de sol, o de edad, que aparecen con el tiempo en la superficie de la piel, están provocadas por una acumulación puntual de melanina. La melanina absorbe la energía emitida por VPL Ultra Plus, que consigue elevar su temperatura hasta su disrupción en pequeñas partículas que son reabsorbidas por el organismo.
- **Pequeñas lesiones vasculares y micro capilares.** El uso de altas energías lumínicas sobre la piel, a los parámetros correctos, permite estimular la regeneración cutánea, eliminar pequeños vasos, hiper pigmentaciones y tensar la piel con la consiguiente eliminación de pequeñas arrugas confiriendo a la piel mayor luminosidad y tersura. Diámetro máximo de los vasos tratables mediante esta tecnología: aprox.: 0.5mm
- **Arrugas, líneas de expresión y estimulación de colágeno.** La luz amarilla estimula los fibroblastos, ubicados en capas profundas de la dermis, y de este modo se produce el colágeno que asciende hacia la superficie de la piel, restituyendo pequeñas arrugas y líneas de expresión.

TRATAMIENTOS DE ACNÉ VULGARIS:

Utilizando el filtro a 415nm y 630nm a 950nm, conseguimos aprovechar diferentes procesos que es capaz de desencadenar la exposición a ciertas longitudes de onda en el metabolismo celular de la bacteria P.Acnes, y de los procesos reparadores cutáneos que son necesarios para la mejora general del estado de la piel al remitir la actividad de dicha bacteria.

La emisión de un pulso de luz a 415nm con cierta densidad de energía actúa

sobre la bacteria responsable del acné y estimula la respuesta cicatrizante del organismo. Al iluminar la piel con este pulso de luz, se activa la producción de colágeno y la generación de una variante molecular de oxígeno. Esta variante de oxígeno destruye la bacteria ya que le resulta tóxica. Como consecuencia de este proceso, la actividad de la bacteria remite, se reduce la inflamación del acné, el colágeno asciende a la superficie, desaparece **la infección y mejora el estado de la piel en general.**

Aplicadores específicos : El VPL Ultra Plus se suministra con 4 aplicadores específicos de serie, lo que le garantiza una capacidad de 70.000 disparos, repartidos en cada uno de sus tratamientos:

- 1 NUEVO aplicador para Acné.** El nuevo aplicador específico para el acné, con capacidad para 10.000 disparos, está diseñado con un filtro de doble banda que permite emitir los pulsos de luz filtrando dos bandas de longitud de onda: (415nm y 630-950nm), para tratar de forma específica la naturaleza del Acné Vulgaris.
- 2 Foto rejuvenecimiento.** Con capacidad para 10.000 disparos a 51J/cm².
- 3 Fotodepilación.** Dos nuevos aplicadores que han mejorado la durabilidad de la lámpara , con capacidad de 25.000 disparos, cada aplicador, resultando 50.000 disparos (45J/cm²), para realizar los tratamientos de Fotodepilación, más rentables del mercado.

Nuevo diseño de la fuente de alimentación: Que mejora en la frecuencia de recambio de la lámpara, unida a un KIT de recambio con un precio menor, hace que el coste de mantenimiento sea más bajo.

Nuevo conector del aplicador: Para facilitar el intercambio entre aplicadores se ha integrado el modo de conexión.

Seguro: Su fuente de alimentación está protegida para evitar daños en los cambios de tensión.

Refrigerado por agua: Garantiza el rendimiento lumínico durante TODA la vida útil de la lámpara.

Nueva interface: El nuevo diseño de la interfaz táctil de usuario y su software (entorno Windows XP) lo convierten en un equipo más intuitivo y ágil para la aplicación de cualquiera de sus tratamientos.

Más opciones de tratamiento y ajustes:

- Nuevos parámetros preestablecidos (4 programas y 8 memorias disponibles).
- Nueva representación gráfica de las pantallas de control y ajuste:
 - Máxima flexibilidad para el operador en el ajuste de los disparos, pulso, y un mejor guiado de la utilización del equipo.
 - Selección de lenguajes según el usuario.

Compacto y versátil: Su diseño en columna rodada, hace que ocupe muy poco espacio y disponga de una gran movilidad, para facilitar la funcionalidad en cabina. Sus ruedas bloqueables, y su diseño modular permite mejor servicio técnico, robusto y testeado para entornos de humedad, vibraciones y transporte. Además en esta versión evolucionada de VPL dispone de unas ubicaciones en la parte superior del equipo para alojar los envases de gel, lo cual lo hace muy práctico para ahorrar espacio en la cabina de trabajo.

VPL Ultraplus

La Fotodepilación permanente más rentable y cómoda del mercado

Ref. 4100

- > **Gama: Fotodepilación**
- > **Sub-Gama: Fotodepilación**
- > **Tecnología: Luz Pulsada Intensa**
- > **Tratamiento: Depilación, Fotodepilación, Foto rejuvenecimiento, Tratamiento Acné**

CARACTERÍSTICAS TÉCNICAS



Dimensiones: Equipo sin aplicador: 430x420x950mm.

Peso: 54 Kg

Fuente de luz : Lámpara individual, cavidad reflectiva, filtro

Rango de longitud de onda:

- Aplicador de 530 núm.: 530 núm. – 950 núm.
- Aplicador de 610 núm.: 610 núm. – 950 núm.
- Aplicador para el acné: 415/630 – 950núm.

Prisma del aplicador: Prisma de vidrio BK7

Filtro del aplicador:

- 530 núm./610 núm.
- Filtro masivo Acné
- Filtro interferencial

Energía máx. del pulso: 255 Julios

Duración del pulso : 3*ms, 5*ms y 7*ms

Secuencia de pulsos: 2 – 15 pulsos

Retardo del pulso: 1*ms – 20*ms

Tiempos del tren de pulsos: 7*ms – 385*ms

Frecuencia de repetición: Hasta 0,5 Hz

Zona de tratamiento: 5 cm² (5 cm x 1 cm)

Densidad de energía:

- Aplicador de 530 núm.: hasta 51 J/cm²
- Aplicador de 610 núm.: hasta 45 J/cm²
- Aplicador para el acné: hasta 25 J/cm² (Precisión hasta el $\pm 20\%$)

Panel de control : Pantalla LCD completamente en color con interfaz de pantalla táctil. Windows XP

Especificaciones eléctricas 100 V (6,5 A) a 240 V (3,0 A), 60/50 Hz. Modo de operación continuo

Refrigeración Circuito cerrado, refrigeración mediante agua desionizada

Especificaciones ambientales:

- 10°C a 30°C
- Humedades sin condensación inferiores al 75% de humedad relativa.
- No utilizar en atmósferas explosivas, enriquecidas con oxígeno u óxido nitroso.

*La sincronización de pulsos se controla mediante un microprocesador con una precisión del $\pm 2\%$.

ANEXO N° 6 CABINA AQUAFLY

TRATAMIENTOS SPA

AQUAFLY es un **equipo exclusivo** que aporta un nuevo significado al concepto SPA, ya que combina de forma armónica todas las funciones específicas diseñadas de acuerdo con la filosofía SPA.

AQUAFLY ofrece las máximas prestaciones del mercado en un espacio reducido, ya que a sus múltiples programas configurados se les une la creación de protocolos específicos de trabajo, lo que convierten al AQUAFLY en el equipo ideal para convertir una cabina de trabajo en un SPA.

Con AQUAFLY se pueden realizar los siguientes tratamientos:

TRATAMIENTOS DUCHA VICHY AQUAFLY dispone de 4 cabezales multidireccionales, que permiten su orientación de manera independiente según requiera la aplicación específica que se esté realizando. Permite la realización de un auténtico Masaje Vichy que puede combinarse simultáneamente con otros masajes tradicionales (Terapia Geotermal, Anti-estrés a 4 manos, etc.) y con productos cosméticos (Scrub, Fangos, Algas, Chocolate...) potenciando así los resultados obtenidos de manera espectacular.

BAÑO DE VAPOR AQUAFLY actúa a modo de Baño Turco produciendo un aumento de temperatura y vasodilatación corporal que favorece la sudación, una profunda limpieza e hidratación cutánea y una relajación general, efectos que pueden verse mejorados notablemente con la combinación simultánea de varias funciones de AQUAFLY y envolvimientos con productos cosméticos.

DUCHA FILIFORME AQUAFLY consta de 54 micro jets de hidromasaje de acción simultánea que garantizan un óptimo y completo tratamiento corporal. La Ducha Filiforme AQUAFLY dispone, de 9 programas preestablecidos donde los micro-jets describen de forma automática diferentes secuencias de masaje a

temperaturas y presiones prefijadas, consiguiendo un efecto decontracturante, relajante, anti-estrés, tonificante y de estimulación circulatoria a través de contrastes bitérmicos de temperatura, etc.

AROMATERAPIA AQUAFLY genera a través de la micro pulverización ultrasónica del agua que contiene los aceites esenciales, creando así un ambiente que envuelve completamente al cuerpo transmitiéndole todas sus propiedades terapéuticas.

TERMOTERAPIA Se produce mediante un sistema de convección que proporciona un efecto Terma Romana, transfiriendo el calor de manera indirecta y segura a través del aire o el vapor de agua que circula alrededor de todo el cuerpo.

ENVOLVIMIENTOS El exclusivo diseño de AQUAFLY permite realizar de manera fácil y cómoda múltiples combinaciones de sus funciones con distintos tipos de envolvimientos con productos cosméticos (Scrub, Algas, Fangos, Chocolate etc.) que ayudan a potenciar y mejorar los resultados. Estos envolvimientos pueden retirarse fácilmente con ayuda de la Ducha Manual AQUAFLY, asegurando la continuidad en el tratamiento y la máxima comodidad para el cliente y el terapeuta.

CROMOTERAPIA. Se basa en la utilización de 8 colores diferentes (Rojo, Verde, Azul, Naranja, Amarillo, Añil, Violeta y Blanco) emitidos a través de 75 LEDs multicromáticos. Un método de armonización física, psíquica y emocional que permite a la energía vital del organismo alcanzar su estado de equilibrio.

AQUAFLY

El multifunción para tratamientos SPA más versátil e innovador

Ref. 1608

> Gama: SPA y Bienestar

> Sub-Gama: SPA

> Tecnología: Aromaterapia, Baño de vapor, Ducha filiforme, Ducha vichy,

Masaje, Termoterapia

> Tratamiento:

FICHA TECNICA:

DIMENSIONES Y PESO

Peso 300 Kg.

Dimensiones 2.305 mm x 2.360 mm x 2.500 mm

CARACTERÍSTICAS ELÉCTRICAS DE ENTRADA

Tensión 30 VAC-120 VAC

Magneto térmico de protección 25A (230 V) 50 A (120 V) curva lenta

Diferencial 10 mA

CARACTERÍSTICAS AMBIENTALES

Temperatura ambiente de operación 10-40 °C

Temperatura ambiente de almacenamiento 25-60 °C

Límite de humedad relativa 90% sin condensación

CARACTERÍSTICAS INSTALACIÓN

CARACTERÍSTICAS SALA

Espacio mínimo requerido: 4 m, Ancho: 4 m, Alto: 2,5 m.

Pendiente suelo 1,5 %

CARACTERÍSTICAS HIDRÁULICAS DE ENTRADA

Tomas de agua caliente y fría Dos codos hembra de 90° ¾", regulador de presión y manómetro

Caudal mínimo agua caliente y fría 30 l/min.

Presión mínima de entrada agua caliente y fría 3-5 Bar



Temperatura del agua caliente 50 °C Temperatura del agua fría 15-25 °C CARACTERÍSTICAS DESAGÜE Tubo de desagüe mínimo 110 mm. Ø	
DATOS TÉCNICOS DE CADA TRATAMIENTO	
DUCHA VICHY Temperatura: de 30° a 40° C Presión: de 0,5 a 2 Bar Tiempo: de 1 a 99 min.	DUCHA MANUAL Temperatura: de 30° a 40° C Tiempo: de 1 a 99 min. Presión: de 0,5 a 3,5 Bar
DUCHA FILIFORME 54 micro-jets 9 + 9 micro-jets triples Temperatura: de 30°C a 40°C Presión: de 0,5 a 4 Bar Tiempo: de 1 a 99 min.	TERMOTERAPIA Temperatura máxima: 50° C Potencia: 2000 W. Tiempo: de 1 a 99 min.
BAÑO DE VAPOR Temp. Máx.: 50° C 99% humedad Tiempo: de 1 a 99 min. Tiempo de salida: 2 min. aprox. Tiempo llenado habitáculo: 4 min. Sistema Rellenado Automático.	CROMOTERAPIA 3 Focos de 25 LEDs multicromáticos AROMATERAPIA Micro-difusión instantánea Rellenado automático del depósito de agua

	Cortina anti salpicaduras agua Ref. 10920 Gama Accesorios y Recambios Sub-Gama SPA Ud. por pack 1 Ud. Incluidas 1
	Almohadilla adaptable Ref. 10921 Gama Accesorios y Recambios Sub-Gama SPA

	Ud. por pack 1 Ud. Incluidas 1
	Rulo diámetro 200x600 mm PVC azul Ref. 10922 Gama Accesorios y Recambios Sub-Gama SPA Ud. por pack 1 Ud. Incluidas 1
	Rulo mediano diámetro 150x600 mm PVC azul Ref. 10923 Gama Accesorios y Recambios Sub-Gama SPA Ud. por pack 1 Ud. Incluidas 1
	Rulo pequeño diámetro 100x250 mm PVC azul Ref. 10924 Gama Accesorios y Recambios Sub-Gama SPA Ud. por pack 1 Ud. Incluidas 1
	Jabón antiséptico 5 l Ref. 10927 Gama Cosméticos Sub-Gama Varios Ud. por pack 1 Ud. Incluidas 1
	Delantal protector Ref. 10928 Gama Accesorios y Recambios Sub-Gama SPA Ud. por pack 1 Ud. Incluidas 1

EQUIPO GEOTER - SPA BIENESTAR

- **Masaje Geotermal (aplicación de piedras)**
- **Aromaterapia**
- **Musicoterapia**

TERAPIA GEOTERMAL

DESCRIPCIÓN.- La Terapia GEOTERMAL es un innovador concepto de masaje que aporta un equilibrio armónico entre la energía de nuestro organismo y las energías que la naturaleza nos ofrece.

Las piedras, procedentes de sedimentos montañosos milenarios y pulimentadas por los efectos del agua y del hielo a través del paso del tiempo, son el elemento principal de este masaje.

Utilizando piedras frías y calientes y efectuando con ellas presiones y estímulos térmicos actuamos sobre los “Chakras”: centros de percepción, asimilación y transmisión de la energía.

FUNDAMENTOS TECNOLÓGICOS.- La Terapia GEOTERMAL consigue la armonización de cuerpo, mente y espíritu realizando un masaje de reequilibrio energético y anti estrés mediante la energía transmitida a través de las manos, y la energía de las piedras:

- **Aromaterapia:**

Aceites tonificantes, relajantes y equilibrante. Actúan por absorción a través de la piel y por inhalación a través del olfato.

- **Musicoterapia:**

La música seleccionada actúa sobre el estado anímico, consiguiendo una relajación armónica que incide positivamente en el tratamiento.

- **Cromoterapia:**

Aceites de esencias puras de plantas con efectos armonizadores y equilibrante.

Aplicando una gota en cada centro energético o “Chakras” regulamos el campo emocional. Actuando sobre los sentidos de forma natural, la Terapia GEOTERMAL nos aporta el equilibrio necesario para conseguir un óptimo bienestar personal.

Geoter

La energía más allá de tus manos

Ref. 1174

- > Gama: SPA y Bienestar
- > Sub-Gama: SPA
- > Tecnología:
- > Tratamiento:

CARACTERÍSTICAS TÉCNICAS

Mecánicas

Dimensiones Largo 664 mm, Ancho 664 mm, Alto 210.5 mm.

Peso: 7 Kg. aprox. (sin agua y sin piedras).

Capacidades: 10 litros (cubeta de agua caliente).

2 litros (cubeta de agua fría/hielo).

Eléctricas de Entrada

Tensión de alimentación 230 V~, 50/60 Hz.

120 V~, 50/60 Hz.

100 V~, 50/60 Hz.

Consumo máximo: 1000 VA

Fusible: 230 V~, 5A, tipo T.

120 V~, 10A, tipo T.

100 V~, 12.5A, tipo T.

Universal: 90 a 255 V~50/60 Hz

Térmicas: Temperatura agua caliente: 36 a 56°C. Diodo

Ambientales: Temperatura de operación: 10 a 40°C.

Temperatura de almacenaje: -10 a 60°C.

Humedad relativa: 90 % sin condensación.



ACCESORIOS

	Bactericida Ref. 32028. Gama Cosméticos/ Sub-Gama/ Varios/ Ud. por pack 1/ Ud. Incluidas 1
	Aceite cromoterapia Ref. 32060 Gama Cosméticos/ Sub-Gama Aceites/ Ud. por pack 1 pack x 7 unidades Ud. Incluidas 1.
	Aceite equilibrante Ref.32061 Gama Cosméticos Sub-Gama Aceites Ud. por pack 1 Ud. Incluidas 1
	Aceite relajante Ref. 32062 Gama Cosméticos Sub-Gama Aceites Ud. por pack 1 Ud. Incluidas 1
	Aceite estimulante Ref. 32063 Gama Cosméticos Sub-Gama Aceites Ud. por pack 1 Ud. Incluidas 1
	Kit de lencería Geoter Ref. 33045 Gama Accesorios y Recambios Sub-Gama SPA Ud. por pack 1 Ud. Incluidas 1
	Kit 38 piedras Geoter Ref. 37001 Gama Accesorios y Recambios Sub-Gama SPA Ud. por pack 1 Ud. Incluidas 1

	Piedra mayor Ref. 37002 Gama Accesorios y Recambios Sub-Gama SPA Ud. por pack 1 Ud. Incluidas 1
	Piedra sacro Ref. 37003 Gama Accesorios y Recambios Sub-Gama SPA Ud. por pack 1 Ud. Incluidas 1
	Piedra occipital Ref. 37004 Gama Accesorios y Recambios Sub-Gama SPA Ud. por pack 1 Ud. Incluidas 1
	Piedra escápula Ref. 37005 Gama Accesorios y Recambios Sub-Gama SPA Ud. por pack 1 Ud. Incluidas 1
	Piedras trabajo Ref. 37006 Gama Accesorios y Recambios Sub-Gama SPA Ud. por pack 8 Ud. Incluidas 1
	Piedras manos Ref. 37007 Gama Accesorios y Recambios Sub-Gama SPA Ud. por pack 2 Ud. Incluidas 1
	Piedras trabajo dedos Ref. 37008 Gama Accesorios y Recambios Sub-Gama SPA

	Ud. por pack 2 Ud. Incluidas 1
	Piedras cuello Ref. 37010 Gama Accesorios y Recambios Sub-Gama SPA Ud. por pack 2 Ud. Incluidas 1
	Piedras columna Ref. 37009 Gama Accesorios y Recambios Sub-Gama SPA Ud. por pack 12 Ud. Incluidas 1
	Piedras dedos pies Ref. 37011 Gama Accesorios y Recambios Sub-Gama SPA Ud. por pack 8 Ud. Incluidas 1
	CD música Ref. 610152 Gama Accesorios y Recambios Sub-Gama SPA Ud. por pack 1 Ud. Incluidas 1

ANEXO N° 7 MANUAL PARA LA ATENCIÓN DE USUARIOS RESPECTO DE RECLAMOS EN EL PAGO DE UTILIDADES (Ministerio de Relaciones Laborales)

1. Derecho al pago del 15% de participación de los trabajadores sobre las utilidades.

Todos los trabajadores tienen derecho a recibir el pago de las utilidades, excepto los operarios y aprendices de los artesanos calificados y, las personas que laboren en el servicio doméstico.

En las empresas en las cuales el Estado tenga participación mayoritaria, no habrá pago de utilidades.

Tampoco tienen derecho a la participación de utilidades los trabajadores que percibieron sobresueldos o gratificaciones, cuyo monto fuere igual o excediere al porcentaje de utilidades que se establezca a cada uno de los trabajadores. Si estos valores fueren menores, tendrán derecho a la diferencia.

Respecto a los trabajadores que se dedican a las actividades mineras o vinculadas a ellas, la participación en el reparto de utilidades corresponderá al 3% cuando se trate de la gran industria minera y al 10% para la pequeña minería.

Ref. Artículo 328 de la Constitución y Artículo 97 del Código del Trabajo.

2. Forma de cálculo del 15% de participación de utilidades a trabajadores.

El 15% de participación en el reparto de utilidades para los trabajadores, deberá ser calculado sobre las utilidades líquidas.

Se entenderá como utilidades líquidas o contables, aquellas ganancias obtenidas por los empleadores, personas naturales o jurídicas, determinadas en un ejercicio económico con base en sus operaciones.

Las utilidades líquidas o contables o del ejercicio equivalen a la diferencia entre el total de ingresos y el total de costos y gastos.

El ejercicio económico se entenderá como el período comprendido entre el 1ro de enero y el 31 de diciembre de cada año.

En virtud de lo señalado, el 15% de participación de utilidades líquidas por parte de los trabajadores, se calculará de la siguiente manera:

Total Ingresos - Total de Costos y Gastos = Utilidad Líquida (o contable).

Utilidad líquida x 15% = participación trabajadores.

3. Reparto del 15% de participación de los trabajadores sobre las utilidades.

El 15% de participación de utilidades se reparte de la siguiente manera:

- a) El 10% se dividirá para todos los trabajadores, de acuerdo con el tiempo de trabajo en el año al que corresponden las utilidades ; y,
- b) El 5% restante será entregado directamente a los trabajadores en proporción al número de cargas familiares.

Quienes no hubieren trabajado durante el año completo recibirán la parte proporcional al tiempo de servicios.

Ref. Artículo 97 inciso 2 y 3 del Código del Trabajo.

❖ Se consideran cargas familiares a:

- El (la) cónyuge o el (la) conviviente en unión de hecho.

Si éstos trabajan en la misma empresa tienen derecho a recibir cada uno por separado el pago de utilidades correspondiente.

- Los hijos menores de edad, y;
- Los hijos con discapacidades de cualquier edad.

Ref: Art. 19 del Reglamento para el pago y legalización de la décima tercera, décima cuarta remuneraciones y del 15% de utilidades y Art. 97 inciso tercero.

El Ministro de Relaciones Laborales resolverá las dudas que se presentaren en la aplicación de las disposiciones relativas al pago de utilidades.

RECLAMO POR EL PAGO DEL PORCENTAJE DE UTILIDADES A LOS TRABAJADORES

4. ¿HASTA QUÉ FECHA DEBEN SER PAGADAS LAS UTILIDADES A LOS TRABAJADORES?

El valor correspondiente a la participación de utilidades a los trabajadores, se pagará hasta el 15 de abril del año siguiente en el que se generó dicha utilidad.

El empleador deberá registrar en el Ministerio de Relaciones Laborales, el formulario llamado Informe Empresarial de pago de Utilidades hasta el 30 de abril del mismo año de pago de las utilidades, debiendo anexar al mismo la declaración del impuesto a la renta presentada al Servicio de Rentas Internas.

En caso de depósito de utilidades no cobradas por los trabajadores, el plazo de presentación del formulario antes señalado será hasta el 15 de mayo de dicho año, ante el Ministerio de Relaciones Laborales.

5. ¿QUÉ DEBE HACER EL EMPLEADOR SI LOS TRABAJADORES O EX TRABAJADORES, NO PUDIERON COBRAR LOS VALORES CORRESPONDIENTES AL PAGO DE UTILIDADES.?

Si trabajadores, o ex trabajadores de la empresa, no hubieren podido cobrar los valores correspondientes de utilidades, el empleador deberá depositarlas mediante cheque certificado a la orden del Ministerio de Relaciones Laborales, adjuntando para ello un listado de la nómina de los trabajadores o ex trabajadores indicados, en donde conste claramente el total del depósito.

En caso de que el empleador no deposite el saldo de utilidades no cobradas por los trabajadores o ex trabajadores en el tiempo que el Director Regional del Trabajo lo ordenó, éste impondrá una multa del duplo de la cantidad no depositada, la cual será cobrada a través del procedimiento coactivo. Si transcurrido un año del depósito, el trabajador o

trabajadores no hubieren efectuado el cobro, se incrementará a la cuenta del Estado.

6. ¿QUÉ DEBE HACER EL TRABAJADOR SI NO LE HAN PAGADO LAS UTILIDADES, O SI NO ESTA DE ACUERDO CON EL VALOR DE DICHO PAGO, O CON EL REPARTO DEL 15% DE UTILIDADES.?

En todos los casos, se debe presentar una reclamación por escrito dirigida al Director Regional del Trabajo de la respectiva jurisdicción, la misma que deberá ser presentada en la Dirección Regional correspondiente, y en caso de que ésta no exista, en la inspectoría del trabajo de cada provincia, quién deberá remitir a la Dirección Regional correspondiente.

El reclamo podrá referirse a:

Falta de pago del monto total de utilidades que le corresponde al trabajador;

Pago parcial del monto total de utilidades que le corresponde al trabajador;

Presunción de falsedad en la declaración de utilidades por parte del empleador con lo cual deberá – de ser posible- adjuntar la documentación que llevan a presumir tal falsedad;

Así también el trabajador, podrá requerir se le informe si existen determinaciones tributarias sobre impuesto a la renta realizadas al empleador que afecten el cálculo de utilidades distribuibles.

A la reclamación se deberá adjuntar la siguiente documentación:

- a) Copia de cédula de identidad del reclamante
- b) Copia del certificado de votación del reclamante.
- c) De ser posible el trabajador adjuntará a su solicitud, toda la documentación que pueda ayudar a la fiscalización del empleador y que demuestre el cálculo erróneo al momento de pagar las utilidades.

7. PROCESO PARA LA ATENCIÓN DE RECLAMOS INDIVIDUALES PRESENTADOS POR LOS TRABAJADORES

- 7.1** Previo a la recepción de la solicitud de reclamo de utilidades, se verificará que la documentación que se debe adjuntar a la misma esté completa, de no estarlo la reclamación no será recibida.
- 7.2** Una vez receptada la reclamación, el Director Regional del Trabajo, solicitará al Director del Servicio de Rentas Internas la investigación y fiscalizaciones que fueren del caso (Art. 104, Código del Trabajo), a efectos de determinar los montos de utilidades correspondientes a los trabajadores.
- 7.3** El Servicio de Rentas Internas, en ejercicio de sus facultades, a partir de las denuncias o reclamos presentados por la Dirección Regional del Trabajo o de las organizaciones de trabajadores de las respectivas empresas, de conformidad con el artículo 104 del Código del Trabajo, y de ser pertinente, verificará el cumplimiento de las obligaciones tributarias de los sujetos pasivos denunciados, para lo cual podrá incluir dichas peticiones dentro de su planificación de trabajo, considerando criterios de riesgo, materialidad y plazos de caducidad.

Considerando que, como consecuencia del ejercicio de la facultad determinadora del Servicio de Rentas Internas podría detectarse la existencia de ingresos no declarados, o la declaración de gastos que no se han efectuado, y por lo tanto una mayor base para el cálculo de la participación laboral, la Administración Tributaria remitirá al Ministerio de Relaciones Laborales los resultados de estos procesos de determinación, una vez que los mismos se encuentren en firme.

Si de la determinación realizada por el Servicio de Rentas Internas se concluye que existen valores que correspondan a los trabajadores por concepto de utilidades, el Director Regional del Trabajo ordenará al empleador que, en el plazo de 30 días, deposite dichos valores en la cuenta del Ministerio de Relaciones Laborales. Si vencido ese plazo el empleador no deposita la cantidad adeudada, el Director Regional del Trabajo sancionará al empleador incumplido, con una cantidad equivalente

al duplo de la cantidad no depositada, de conformidad con el último inciso del artículo 106 del Código del Trabajo.

7.4 De conformidad con lo establecido en el artículo 107 del Código del Trabajo, el Ministerio de Relaciones Laborales sancionará con multa de 10 a 20 salarios mínimos vitales, si comprobare y si determinare en sentencia ejecutoriada que existió falsedad imputable a dolo en los datos respecto a las utilidades o el empleo de procedimientos irregulares para eludir la entrega del porcentaje o para disminuir la cuantía de éstas.

8. ¿QUÉ DEBE HACER EL TRABAJADOR SI UNA VEZ TERMINADA LA RECLAMACIÓN ANTE EL DIRECTOR REGIONAL DEL TRABAJO EL EMPLEADOR NO HA PROCEDIDO CON EL PAGO DE LAS UTILIDADES?

8.1 El o los trabajadores podrán iniciar el reclamo para el pago de utilidades, ante los jueces del trabajo (Función Judicial), quienes tienen la competencia privativa para conocer y resolver los conflictos individuales provenientes de las relaciones de trabajo. El trabajador tiene el derecho de reclamar judicialmente el pago de sus utilidades, hasta tres años a partir de la terminación de la relación laboral según el Art. 568 del Código del Trabajo.

8.2 También deberán acudir ante los jueces del trabajo de la Función Judicial quienes sin haber trabajado directamente para la empresa, consideran tener derecho al pago de utilidades.

9. PROCESO PARA LA ATENCIÓN DE RECLAMOS COLECTIVOS PRESENTADOS POR LOS TRABAJADORES

9.1. Cuando el reclamo sea colectivo y no individual, se presentará a través de organizaciones de trabajadores, mediante un pliego de peticiones y se resolverá a través de los Tribunales de Conciliación y Arbitraje.

9.2. El proceso de reclamo colectivo será resuelto a través de los Tribunales de Conciliación y Arbitraje, conformados por 2 vocales designados por los

trabajadores, 2 vocales nombrados por el empleador y el inspector del trabajo que conozca el proceso. El Tribunal en audiencia resolverá a través de un fallo, por mayoría simple.

9.3. Sobre el fallo del Tribunal referido en el numeral anterior, se podrá presentar recurso de apelación, ante el Tribunal Superior de Conciliación y Arbitraje. Dicho recurso será aceptado o negado por la Autoridad que presidió el Tribunal, que emitió el fallo y elevará el proceso al Director Regional del Trabajo. El Tribunal Superior de Conciliación y Arbitraje resolverá el recurso de apelación en segunda instancia.

9.4. El Tribunal Superior en fallo, podrá ordenar el pago de utilidades a los trabajadores, siempre que la determinación tributaria emitida por el Servicio de Rentas Internas se encuentre en firme, de no estarlo, resolverá sobre el derecho al pago de utilidades que tendrían los trabajadores, una vez que exista dicha determinación tributaria en firme.

ANEXO N° 8 MODELO DE CONTRATO DE TRABAJO A PLAZO FIJO

En la ciudad de **Guayaquil**, el día de hoy **DD,MM,AAAA**, comparecen al otorgamiento del presente contrato de trabajo; por una parte el **SR. XXXXXXXXXXXXXXXXXXXX**, en su calidad de REPRESENTANTE LEGAL de la Compañía **SAMAY SPA S.A.**, parte a la cual a efectos del presente contrato se denominará **“EL EMPLEADOR”**; y por otra parte el **SR. XXXXXXXXXXXXXXXXXXXX** con **C.I. No. 0123456789** por sus propios y personales derechos a quien a efectos del presente contrato se denominará **“EL TRABAJADOR”**. Los comparecientes, de manera libre y voluntaria y por así convenir a sus intereses, otorgan el presente Contrato de Trabajo, contenido en las siguientes cláusulas:

PRIMERA.- OBJETO DEL CONTRATO: Con estos antecedentes **“EL EMPLEADOR”**, conforme las disposiciones constantes en los artículos 3, 14, 15 y demás que fueran aplicables del Código del Trabajo, contrata los servicios lícitos y personales de **“EL TRABAJADOR”** para que éste se desempeñe en calidad de **XXXXXXXX** de conformidad con las condiciones determinadas en éste contrato, labores para las que el declara estar plenamente capacitado.

SEGUNDA.- JORNADA: **“EL TRABAJADOR”** prestará sus servicios, conforme el Art. 47 del Código del Trabajo, cumpliendo el horario establecido por EL EMPLEADOR,

Así mismo **“EL TRABAJADOR”**, declara conocer y aceptar la jornada de trabajo establecida, sin perjuicio de lo cual se compromete a laborar horas suplementarias y o extraordinarias de conformidad con la Ley o en cambio realizar las labores en jornadas parciales de conformidad con el Reglamento vigente para el efecto.

TERCERA.- REMUNERACIÓN: **“EL EMPLEADOR”** pagará a **“EL TRABAJADOR”** en concepto de remuneración mensual, la suma de **US\$ \$,,\$,\$,\$ (XXXXXXXX 00/100 DOLARES DE LOS ESTADOS UNIDOS DE**

NORTE AMERICA) más todos los beneficios de Ley, De esta remuneración se realizarán las deducciones que la ley establezca.

CUARTA.- PLAZO DEL CONTRATO: El presente contrato de trabajo tiene un plazo fijo de un año, contado a partir de la presente fecha. El contrato se considerará renovado en los mismos términos, esto es por un año adicional, si antes de la finalización del plazo indicado cualquiera de las partes no notifica a la otra, previo desahucio de acuerdo al Art. 184 del código de trabajo, su voluntad de que termine.

QUINTA.- TIEMPO DE PRUEBA: De conformidad con lo establecido en el artículo 15 del Código del Trabajo, los contratantes estipulan un tiempo de prueba para este contrato de 90 días, contados desde la presente fecha, lapso durante el que cualesquiera de las partes podrá darlo por terminado sin lugar a reclamo o indemnización de ninguna especie y sin que se requiera trámite ni formalidad alguna.

SEXTA.- EXCLUSIVIDAD: “EL TRABAJADOR”, no podrá dedicarse a ninguna actividad lucrativa distinta a la del objeto de este contrato, dentro de la jornada de trabajo establecida.

SEPTIMA.- OBLIGACIONES Y FALTAS GRAVES: “EL TRABAJADOR” prestará sus servicios sujetándose a las estipulaciones del presente contrato y las disposiciones legales aplicables, así como a las instrucciones que reciba de “EL EMPLEADOR”. EL TRABAJADOR actuará con responsabilidad, dedicación, honorabilidad, buena conducta y educación, cumpliendo estricta y puntualmente con el horario de trabajo establecido.

Se entienden incorporadas al presente contrato, todas las disposiciones pertinentes del Código del Trabajo y en especial las contenidas en los Arts. 45 y 46, constituyendo falta grave su inobservancia, que será sancionada por “EL EMPLEADOR” con amonestación, multa o terminación del contrato, conforme las normas legales vigentes. Son también faltas graves las siguientes:

- Las previstas en el Art. 172 del Código del Trabajo. Dentro de ellas se entenderá como ineptitud la negligencia, irresponsabilidad y falta de

colaboración del en el cumplimiento de sus funciones, así como el manejo indebido del equipo que le pudiera ser asignado.

- La violación o desobediencia de las órdenes superiores o de las regulaciones internas del “EMPLEADOR”.
- Introducir al sitio de trabajo, o estar bajo los efectos de: licor, drogas de cualquier tipo, así como introducir o portar armas de fuego.
- El suministro de datos falsos para la obtención del empleo o para las deducciones del impuesto a la renta.
- El no dar oportuno aviso de su cambio de domicilio, estado civil o pérdida de los documentos que le autorizan a cumplir con sus funciones.
- El revelar información obtenida por el hecho de su trabajo. “**EL TRABAJADOR**” se encuentra debidamente informado sobre el alto nivel de confidencialidad que debe guardar y el hacer conocer a terceros, extraños o resto de trabajadores, de secretos u otra información técnica.. La sola sospecha por parte de “**EL EMPLEADOR**” en tal sentido, será motivo suficiente para la terminación del contrato.
- El no cumplir con las normas y reglamentos de seguridad e higiene industrial debidamente establecidos.

Se aclara expresamente que habrá lugar a la responsabilidad civil y/o penal que pudiera originarse en la presente relación laboral.

OCTAVA.- CONFIDENCIALIDAD: Conforme las disposiciones constantes en el Art. 620 del Código Civil y el Art. 183 inciso primero de la Ley de Propiedad Intelectual y más disposiciones legales pertinentes, “**EL TRABAJADOR**” se obliga a no divulgar ningún tipo de información técnica o administrativa que pudiera llegar a su conocimiento en virtud de la actividad que desempeñe en cumplimiento del presente contrato de trabajo, a ninguna persona natural o jurídica ni a realizar competencia desleal.

La inobservancia de esta confidencialidad será considerada causa grave que faculta a “**EL EMPLEADOR**” a dar por terminado el presente Contrato de Trabajo, sin perjuicio de las indemnizaciones por daños y perjuicios que se pudieran ocasionar.

NOVENA.- AFILIACIÓN AL IESS Y DEPENDENCIA LABORAL: Es obligación de “**EL EMPLEADOR**” afiliar al Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social (IESS), durante todo el tiempo por el cual efectivamente éste preste sus servicios en virtud del presente contrato, puesto que la relación de dependencia laboral queda establecida expresa y estrictamente entre “**EL TRABAJADOR**” y “**EL EMPLEADOR**”, y no con relación a tercero alguno. Por lo tanto y con excepción de las instrucciones que correspondan al normal desenvolvimiento de las actividades para las cuales se celebra este contrato, la relación laboral se entiende exclusivamente entre los comparecientes, tal como estos declaran entender y aceptar.

DECIMA.- DOMICILIO: Las partes incorporan a este contrato todas las disposiciones legales que le sean aplicables, y para que el caso de controversia, señalan como domicilio en la ciudad de Guayaquil, y se someten a los jueces de trabajo del Guayas, y al tramite verbal sumario.

DECIMA PRIMERA.- CONTROVERSIAS: En caso de controversias con relación al presente contrato de trabajo, las partes se someten a los jueces competentes del lugar en que este contrato ha sido celebrado.

Para constancia de la aceptación de todas y cada una de las cláusulas en las que el presente contrato se encuentra contenido, los comparecientes lo suscriben en el lugar y fecha antes señalados, en dos ejemplares de igual contenido y valor.

DECIMA SEGUNDA.- ACEPTACION: Para constancia de lo convenido, las partes se afirman, y ratifican en todas las estipulaciones que se contienen en las cláusulas que anteceden, sin reserva ni limitaciones de ninguna clase, por así convenir a sus intereses.

El presente contrato de trabajo deberá registrarse ante el Inspector del Trabajo correspondiente.

NOMBRE DEL EMPLEADO
CEDULA DEL EMPLEADO
TRABAJADOR

NOMBRE DEL REPRESENTANTE LEGAL
CARGO DEL REPRESENTANTE LEGAL
NOMBRE DE LA EMPRESA

ANEXO N° 9 MODELO DE CONTRATO EVENTUAL DE TRABAJO

En la ciudad de Guayaquil, al **DD,MM,AAAA,**, celebran el presente contrato eventual de trabajo: Por una parte, el **SR. XXXXXXXXXXXXXXXXX**, a nombre y en representación de la compañía **SAMAY SPA S.A**, y como tal, estatutariamente, representante legal de la misma, parte a la cual, para los efectos de este instrumento se le podrá denominar también como EL EMPLEADOR o la ADMINISTRACION; y por otra, el del presente contrato se denominará “**EL EMPLEADOR**”; y por otra parte el **SR. XXXXXXXXXXXXXXXXX** con **C.I. No. 0123456789**, por sus propios derechos, parte a la cual, para los efectos de este instrumento, se le podrá denominar también como el TRABAJADOR.

Las partes antes mencionadas celebran el presente Contrato Eventual de Trabajo, al tenor de los acuerdos de voluntad y más declaraciones que constan en las cláusulas que a continuación se expresan:

PRIMERA: De la clase de trabajo objeto del contrato.- El TRABAJADOR se compromete a prestar sus servicios lícitos y personales para NOMBRE DE LA EMPRESA, en calidad de **XXXXXXXXXXXXXX**, debiendo ejecutar todas las labores y funciones inherentes a dicho cargo y aquellas relacionadas con el mismo que le asigne la Administración.

SEGUNDA: De la manera como ha de ejecutarse.- El TRABAJADOR se obliga y acepta laborar por jornadas de trabajo, las máximas diarias y semanal, de conformidad con la ley, en los turnos y dentro de los horarios establecidos o que establezca la Compañía.

En atención a lo prescrito en el artículo 50 del Código del Trabajo, los contratantes convienen en que si en razón de las circunstancias no puede interrumpirse el trabajo los días sábados y domingos, el TRABAJADOR

Eventual laborará en tales días, en cuyo caso el Empleador le deberá asignar durante la semana otro tiempo igual para el descanso.

TERCERA: De la cuantía y forma de pago de la remuneración.- Por la prestación de los servicios lícitos y personales antes referidos, el Empleador pagará al TRABAJADOR Eventual una **remuneración básica de US\$ \$\$\$ 00/100 DOLARES DE LOS ESTADOS UNIDOS DE NORTE AMERICA**), mensuales.

CUARTA: Del tiempo de duración del contrato y su terminación.- El presente contrato eventual de trabajo se lo suscribe para atender una mayor demanda de servicios en las actividades habituales del empleador, para efectos de los cuales este contrato no podrá tener una duración que exceda los ciento ochenta días continuos, contados desde el **DD,MM,AAAA** hasta el **DD,MM,AAAA1**, inclusive, de manera que dentro del período anual de trescientos sesenta y cinco días comprendido entre el **DD,MM,AAAA1** hasta el **DD,MM,AAAA2**, inclusive, no se podrá suscribir otro contrato eventual con el mismo TRABAJADOR

En indicado periodo máximo de ciento ochenta días, no resta el derecho de cualquiera de las partes para poder dar por terminado este contrato libremente y en cualquier momento antes de que se venza el indicado plazo máximo.

De conformidad con lo prescrito en el numeral 1 del artículo 169 del Código del Trabajo, y siempre que este contrato por cualquier causa y libremente no se lo haya dado por terminado con anterioridad al referido plazo máximo, este contrato eventual de trabajo terminará automáticamente y sin necesidad de desahucio ni de ninguna otra formalidad, el día antes indicado en el que se cumplen los ciento ochenta días, causa prevista en este contrato para su terminación legal.

Por lo expresado, como norma general, considerando que el presente contrato eventual de trabajo no goza de garantía de estabilidad al tenor de lo establecido

en el artículo 14 del Código del Trabajo, sea cual fuere la causa de su terminación, en ningún caso habrá lugar al pago de indemnizaciones.

QUINTA: Del lugar dónde debe ejecutarse el trabajo.- Las labores propias de su trabajo las ejecutará en las oficinas del Empleador, debiendo sujetarse al horario establecido, esto es de **## H ## a.m. a las ## H ## p.m.**, o que posteriormente llegase a establecerse, sin embargo de acuerdo a las necesidades del Empleador, el TRABAJADOR, a requerimiento del Empleador, deberá movilizarse a cualquier parte del país en cumplimiento de las obligaciones laborales inherentes a su cargo, para lo cual el Empleador le suministrará los recursos económicos necesarios.

SEXTA: De las leyes que rigen el presente Instrumento.- Las partes contratantes declaran que el presente Contrato se encuentra regulado por el Código del Trabajo y más normas aplicables. Por su parte, el TRABAJADOR se compromete a ejecutar las labores a él encomendadas con la mayor disciplina, eficiencia y diligencia, sujetándose a las políticas, normas e instrucciones administrativas que para el efecto dicte el Empleador, al Reglamento Interno de Trabajo y al Reglamento de Higiene y Seguridad, debidamente aprobados por autoridad competente.

SEPTIMA: De la obligación de registro del contrato ante Inspector del Trabajo.- La Administración se compromete a dar cumplimiento a lo prescrito en el artículo 20 del Código del Trabajo, esto es, a registrar el presente contrato dentro de los treinta días siguientes a su suscripción ante el Inspector del Trabajo de la jurisdicción provincial dentro de la cual prestará el servicio el TRABAJADOR Eventual.

Para la debida y legal constancia de lo acordado, luego de ratificarse íntegramente en su contenido, los contratantes suscriben este contrato por triplicado en el lugar y fecha señalados inicialmente.

NOMBRE DEL EMPLEADO

CEDULA DEL EMPLEADO

TRABAJADOR

NOMBRE DEL REPRESENTANTE LEGAL

CARGO DEL REPRESENTANTE LEGAL

NOMBRE DE LA EMPRESA

ANEXO N° 10 TASAS DE INTERES BCE

Julio 03 de 2011

 **BANCO CENTRAL DEL ECUADOR** 

Google Custom Search

Ayudas Acceso Directo Contáctenos

El Banco Central	Estadística	Mercados Financieros	Servicios Bancarios	Publicaciones de Banca Central
Numismática	Bibliotecas	Comunicación y Medios	Certificación Electrónica	Comercio Exterior

Tasas de Interés			
MAYO 2011(*)			
1. TASAS DE INTERÉS ACTIVAS EFECTIVAS VIGENTES			
Tasas Referenciales		Tasas Máximas	
Tasa Activa Efectiva Referencial para el segmento:	% anual	Tasa Activa Efectiva Máxima para el segmento:	% anual
Productivo Corporativo	8.34	Productivo Corporativo	9.33
Productivo Empresarial	9.63	Productivo Empresarial	10.21
Productivo PYMES	11.28	Productivo PYMES	11.83
Consumo	15.88	Consumo	16.30
Vivienda	10.56	Vivienda	11.33
Microcrédito Acumulación Ampliada	23.08	Microcrédito Acumulación Ampliada	25.50
Microcrédito Acumulación Simple	25.50	Microcrédito Acumulación Simple	27.50
Microcrédito Minorista	28.97	Microcrédito Minorista	30.50
2. TASAS DE INTERÉS PASIVAS EFECTIVAS PROMEDIO POR INSTRUMENTO			
Tasas Referenciales	% anual	Tasas Referenciales	% anual
Depósitos a plazo	4.60	Depósitos de Ahorro	1.41
Depósitos monetarios	0.87	Depósitos de Tarjetahabientes	0.66
Operaciones de Reporto	0.23		
3. TASAS DE INTERÉS PASIVAS EFECTIVAS REFERENCIALES POR PLAZO			
Tasas Referenciales	% anual	Tasas Referenciales	% anual
Plazo 30-60	3.89	Plazo 121-180	5.23
Plazo 61-90	3.67	Plazo 181-360	5.91

Julio 03 de 2011

 **BANCO CENTRAL DEL ECUADOR** 

Google Custom Search

Ayudas Acceso Directo Contáctenos

El Banco Central	Estadística	Mercados Financieros	Servicios Bancarios	Publicaciones de Banca Central
Numismática	Bibliotecas	Comunicación y Medios	Certificación Electrónica	Comercio Exterior

Tasas de Interés			
JULIO 2011 (*)			
1. TASAS DE INTERÉS ACTIVAS EFECTIVAS VIGENTES			
Tasas Referenciales		Tasas Máximas	
Tasa Activa Efectiva Referencial para el segmento:	% anual	Tasa Activa Efectiva Máxima para el segmento:	% anual
Productivo Corporativo	8.37	Productivo Corporativo	9.33
Productivo Empresarial	9.54	Productivo Empresarial	10.21
Productivo PYMES	11.27	Productivo PYMES	11.83
Consumo	15.99	Consumo	16.30
Vivienda	10.38	Vivienda	11.33
Microcrédito Acumulación Ampliada	22.97	Microcrédito Acumulación Ampliada	25.50
Microcrédito Acumulación Simple	25.24	Microcrédito Acumulación Simple	27.50
Microcrédito Minorista	28.97	Microcrédito Minorista	30.50
2. TASAS DE INTERÉS PASIVAS EFECTIVAS PROMEDIO POR INSTRUMENTO			
Tasas Referenciales	% anual	Tasas Referenciales	% anual
Depósitos a plazo	4.58	Depósitos de Ahorro	1.43
Depósitos monetarios	0.81	Depósitos de Tarjetahabientes	0.61
Operaciones de Reporto	0.22		
3. TASAS DE INTERÉS PASIVAS EFECTIVAS REFERENCIALES POR PLAZO			
Tasas Referenciales	% anual	Tasas Referenciales	% anual
Plazo 30-60	3.85	Plazo 121-180	5.00
Plazo 61-90	3.68	Plazo 181-360	5.70

Tomado de :

<http://www.bce.fin.ec/docs.php?path=/documentos/Estadisticas/SectorMonFin/TasasInteres/Indice.htm>, a Julio 03, 2011.

BIBLIOGRAFÍA

- Varela V. Rodrigo, "Innovación Empresarial: El arte y la Ciencia de la Creación de Empresas". Pearson Educación de Colombia. Tercera Edición Bogotá 2008.
- A. Francés (2006), Estrategia y Planes para la Empresa.
- Kotler, Philip, y Kevin L. Dirección de Marketing, décima edición. Pearson Educación, 2001
- Keller (2006), Pearson - Prentice Hall
- Porter, M. (1980) Competitive Strategy, Free Press, New York, 1980
- Investigación de mercados: Un enfoque aplicado. Naresh Malhotra, Quinta Edición. Pearson, 2005. ISBN-10: 0132279460.
- Laudon Kenneth y Laudon James. Sistemas de Información Gerencial — Décima Edición (Capítulos 1, 2, 3, 5, 9, 10 y 11).Pearson, 2008
- Robbins, Stephen (2004). Comportamiento Organizacional (Décima edición). Pearson Education, México.
- Brealey, Myers, Allen, Principles of Corporate Finance, Eighth Edition Copyright © 2006 by The McGraw-Hill Companies, Inc. All rights reserved.
- Case, K. E., y R. C. Fair, "Principios de Microeconomía", 8va. Edición, Prentice Hall, México D.F., México, 2008.
- William, L. (2010). Desarrollo de matriz de objetivos estratégicos. Ecuador.

Fuentes electrónicas

1. <http://www.cosmovisionandina.org/enseanzas/samay.html> - Ago. 01 de 2011.
2. Revista Ipsa Group. (2010, Mayo-Junio). *La Imagen Si Importa*. recuperado el 20 de Julio de 2010, de <http://www.ipsa.com.ec/revistas.htm>
3. Tomala, J.R., Alcivar, B.G., & Jarrín, P.C. (2009, Junio 29). *Demanda*. Recuperado el 25 de Julio de 2010, <http://www.dspace.espol.edu.ec/bitstream/123456789/5707/1/Proyecto%20de%20Inversion%20para%20la%20Implementaci%c3%b3n%20de%20una%20cadena%20de%20servicios%20esteticos.pdf>
4. Diario El Universo, (2011, Junio 29) <http://www.eluniverso.com/2007/05/25/0001/9/6390CCE2B4264A5187B714D67C5C4B6E.html>.
5. Ecuador, INEC. (2010). *Indicadores Mercado Laboral Diciembre 2010*. Recuperado el 28 de Enero de 2011. http://www.inec.gob.ec/web/guest/ecu_est/est_soc/enc_hog/enemdu
6. Revista Deloitte. (2009,Junio). *Madres Ejecutivas en el Ecuador*. Recuperado el 08 de Enero de 2011, de http://www.deloitte.com/assets/Dcom-Ecuador/Local%20Assets/Documents/1_Informativo%20Gerencialjunio09.pdf
7. SORISA. (2011). *Información corporativa*. Recuperado el 9 de marzo de 2011, <http://www.sorisa.es/esp/quienes.cfm?sec=1>
8. Diario el Universo. <http://www.eluniverso.com/2007/05/25/0001/9/6390CCE2B4264A5187B714D67C5C4B6E.html>, <http://www.eluniverso.com/2007/05/25/0001/9/BE8DBE1D23E7430AA91>

[053B58943601B.html?p=9A&m=2349,](http://www.quito.biz/entretenimiento/deportes/salud/45-noticias/1246-cadena-de-farmacias-pharmacy-ya-cuenta-con-zona-spa)
[http://www.quito.biz/entretenimiento/deportes/salud/45-noticias/1246-cadena-de-farmacias-pharmacy-ya-cuenta-con-zona-spa.](http://www.quito.biz/entretenimiento/deportes/salud/45-noticias/1246-cadena-de-farmacias-pharmacy-ya-cuenta-con-zona-spa)

9. Ecuador, INEC. (2010). *Indicadores Mercado Laboral Diciembre 2010*. Recuperado el 28 de Enero de 2011.
http://www.inec.gob.ec/web/guest/ecu_est/est_soc/enc_hog/enemdu
- 10.¹ Revista Deloitte. (2009,Junio). *Madres Ejecutivas en el Ecuador*. Recuperado el 08 de Enero de 2011, de
http://www.deloitte.com/assets/Dcom-Ecuador/Local%20Assets/Documents/1_Informativo%20Gerencialjunio09.pdf
11. SORISA. (2011). *Información corporativa*. Recuperado el 9 de marzo de 2011, <http://www.sorisa.es/esp/quienes.cfm?sec=1>
12. ESTEE LAUDER. (2011). *Información corporativa*. Recuperado el 20 de marzo de 2011, <http://espanol.esteelauder.com/index.tmpl>
13. Slideshare. (n.d.). Extraído el 19 de Marzo de 2011, desde
<http://www.slideshare.net/guest6e2cc50/codigo-del-trabajo-de-ecuador-presentation>.
14. Slideshare. (n.d.). Extraído el 19 de Marzo de 2011, desde
<http://www.slideshare.net/guest6e2cc50/codigo-del-trabajo-de-ecuador-presentation>
15. Ecuador, BCE, (2010). *BOLETIN LABORAL Al I trimestre de 2010*. Evolución del Salario Mínimo Vital, pág. 13. Recuperado el 16 de agosto de 2011.
<http://www.bce.fin.ec/documentos/Estadisticas/SectorReal/Previsiones/IndCoyuntura/Empleo/mle201003.pdf>