

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN SPA MENTAL Y CORPORAL



Estudio de factibilidad para la creación de una empresa dedicada a mejorar la salud mental
mediante un spa corporal y mental en la ciudad de Ibagué en el año 2021.

Paula Camila Díaz Rubiano - ID: 455246

María Alejandra Guerra Reyes -ID: 453465

Corporación Universitaria Minuto de Dios

Vicerrectoría Regional Tolima y Magdalena Medio

Sede Ibagué (Tolima)

Programa Especialización en Gerencia de Proyectos

Noviembre de 2020

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN SPA MENTAL Y CORPORAL

Estudio de factibilidad para la creación de una empresa dedicada a mejorar la salud mental
mediante un spa corporal y mental en la ciudad de Ibagué en el año 2021

Paula Camila Díaz Rubiano - ID: 455246

María Alejandra Guerra Reyes -ID: 453465

Trabajo de Grado presentado como requisito para optar al título de Especialista en Gerencia de
Proyectos

Asesor(a)

Yerly Carolina Morales Reinoso

Magíster en Proyectos de Desarrollo Sostenible

Corporación Universitaria Minuto de Dios

Vicerrectoría Regional Tolima y Magdalena Medio

Sede Ibagué (Tolima)

Programa Especialización en Gerencia de Proyectos

Noviembre de 2020

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACION DE UN SPA MENTAL Y CORPORAL

Dedicatoria

Con alegría y satisfacción por los logros alcanzados y los próximos a alcanzar, dedicamos este proyecto a nuestros padres, quienes nos han brindado todo su amor y cariño de manera incondicional, a nuestros hermano/as quienes han sido nuestros compañeros de vida, y a nuestra familia por ser el pilar fundamental en nuestra formación.

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACION DE UN SPA MENTAL Y CORPORAL

Agradecimientos

A Dios mi guía, que nos brindó la sabiduría, paciencia y esmero para lograr esta meta.

A nuestra directora de trabajo de grado Yerly Carolina Morales Reinoso, quien nos acompañó durante el desarrollo de este proyecto con su experiencia, dedicación y apoyo incondicional.

A nuestros docentes Daniel Felipe Orjuela y Edgardo Andrés Gordillo Moreno, quienes fueron partícipes de nuestra formación durante el inicio y final del proceso de aprendizaje como especialistas.

A la facultad de posgrados de la Corporación Universitaria Minuto de Dios sede Ibagué/Tolima y a todos los que pertenecen a ella, puesto que han contribuido a que forjamos nuestro futuro como especialistas.

A toda nuestra familia por motivarnos, y apoyarnos siempre en nuestras metas.

A todos los compañeros y amigos que nos han acompañado, brindado una voz de aliento.

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACION DE UN SPA MENTAL Y CORPORAL

Tabla de Contenido

TABLA DE ILUSTRACIÓN.....	10
LISTADO DE TABLAS.....	13
Resumen.....	14
Abstract.....	16
 Introducción.....	18
1.PRESENTACIÓN DEL PROBLEMA	20
 1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	20
 1.1.1Causas.....	20
 1.1.2 Pronóstico.....	23
 1.1.3 Control de pronóstico.....	24
 1.2 ANALISIS ECONOMICO DEL ENTORNO	24
 1.2.1 Análisis Internacional.....	24
 1.2.1 Análisis Nacional.....	25
 1.2.3 Análisis Local.....	26
 1.3 JUSTIFICACION	27
 1.4 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA	29
 1.5 SISTEMATIZACIÓN DEL PROBLEMA	29

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACION DE UN SPA MENTAL Y CORPORAL

1.6 OBJETIVOS	30
1.6.1 Objetivo General.	30
1.6.2 Objetivos Específicos.	30
1.7 MARCO REFERENCIAL	30
1.7.1 Antecedentes – estado de arte (vigilancia tecnológica).	31
1.7.2 Marco Teórico.	38
1.8 INNOVACIÓN	40
1.9 METODOLOGIA	40
1.9.1 Estrategia Metodológica.	41
1.9.2 Tipos de investigación /Proyecto.	43
2. ESTUDIO DE MERCADO	44
2.1 MERCADO CONSUMIDOR	44
2.1.1 Población objetivo.	45
2.1.2 Análisis muestral.	45
2.1.3 Encuesta.	47
2.1.4 Grado de aceptación.	57
2.1.5 Demandantes potenciales.	57
2.2 MERCADO COMPETIDOR	58
2.2.1 Análís del sector económico.	58
2.2.2 Tipología de la competencia.	58

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACION DE UN SPA MENTAL Y CORPORAL

2.2.3 Características de competidores	59
2.2.4 Tipología del mercado.....	67
2.3 PROPUESTA.....	67
2.3.1 Descripción del producto	68
2.3.2 Ventaja Competitiva	69
2.3.3 Imagen Corporativa	70
2.4 MERCADO DISTRIBUIDOR.....	70
2.4.1 Canal de distribución.	71
2.4.2 Publicidad y promoción.	71
3. ESTUDIO TECNICO.....	73
3.2 TAMAÑO DEL PROYECTO.....	73
3.2.1 Factores limitantes del proyecto.....	74
3.3 LOCALIZACIÓN.....	74
3.3.1 Factores de localización.	75
3.3.3 Ponderación de factores.	79
3.3.4 Análisis de cada factor Vs Alternativas.....	80
3.4.5 Calificación.....	82
3.3.6 Toma de decisión.	82
3.4 INGENIERIA DEL PROYECTO	83
3.4.1 Materias primas, materiales e insumos	83

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACION DE UN SPA MENTAL Y CORPORAL

3.4.2 Tecnología.	91
3.4.3 Mano de obra.	96
3.4.4 Proceso productivo.	99
3.5 DISTRIBUCIÓN DE LA PLANTA	101
3.5.1 Dependencias.....	101
3.5.2 Áreas de dependencia.....	102
3.5.3 Relación de proximidad.	103
3.5.4 Plano de distribución.....	104
4.ESTUDIO ORGANIZACIONAL	105
4.1 Direccionamiento estratégico	106
4.1.1 Visión.	106
4.1.2 Misión.	106
4.1.3 Políticas de la empresa.	107
4.1.4 Estructura Organizacional.	107
4.1.5 Valores Corporativos.	108
4.2 CONTEXTO LEGAL	108
4.2.2 Tipo de empresa.....	109
4.2.3 Instancias legales.	111
4.3 PERSONAL	115
4.3.1 Matriz de personal.....	115

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACION DE UN SPA MENTAL Y CORPORAL

4.3.2 Manual de funciones.....	120
5. ESTUDIO FINANCIERO.....	124
5.1 Inversiones iniciales	125
5.2 Fuentes de financiación.....	127
5.3 COSTOS.....	128
5.3.1 Primera Calificación de Costos.	128
5.3.2 Costos Fijos y Costos Variables.....	128
5.3.3 Costos Desembolsables y no Desembolsables.....	128
5.3.4 Ingresos.....	129
6. EVALUACION DE PROYECTOS.....	130
6.1 Valor presente neto (VPN)	130
6.2 Tasa interna de retorno (TIR)	130
6.3 Relación beneficio costo (RBC).....	130
6.4 Costo anual equivalente (CAE).....	131
6.5 Periodo de recuperación de la inversión (PRI).....	131
7. CONCLUSIONES	132
8. RECOMENDACIONES	133
BIBLIOGRAFIAS	134
ANEXOS.....	141

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACION DE UN SPA MENTAL Y CORPORAL

TABLA DE ILUSTRACIÓN

- Ilustración 1 Tasa de intento de suicidio 37**
- Ilustración 2 Metodología de la investigación 42**
- Ilustración 3 Figura Calculo del tamaño de la muestra 45**
- Ilustración 4 Pregunta # 1 Encuesta 47**
- Ilustración 5 Pregunta #2 Encuesta 47**
- Ilustración 6 Pregunta #3 Encuesta 48**
- Ilustración 7 Pregunta #4 Encuesta 48**
- Ilustración 8 Pregunta #5 Encuesta 49**
- Ilustración 9 Pregunta #6 Encuesta 49**
- Ilustración 10 Pregunta #7 Encuesta 50**
- Ilustración 11 Pregunta # 8 Encuesta 51**
- Ilustración 12 Pregunta #9 Encuesta 52**
- Ilustración 13 Pregunta #10 Encuesta 52**
- Ilustración 14 Pregunta # 11 Encuesta 53**
- Ilustración 15 Pregunta #12 Encuesta 54**
- Ilustración 16 Pregunta # 13 Encuesta 54**
- Ilustración 17 Pregunta # 14 Encuesta 55**
- Ilustración 18 Pregunta #15 Encuesta 56**
- Ilustración 19 Pregunta # 16 Encuesta 56**
- Ilustración 20 Figura Demandantes potenciales 57**
- Ilustración 21 Imagen Corporativa 70**

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACION DE UN SPA MENTAL Y CORPORAL

Ilustración 22 Mapa Geográfico de Ibagué 75

Ilustración 23 Alternativas de Localización 78

Ilustración 24 Ponderación de factores 79

Ilustración 25 Calificación 82

Ilustración 26 Materias primas, materiales e insumos 83

Ilustración 27 Crema nativa 84

Ilustración 28 Crema Vadanantaka 84

Ilustración 29 Mascarilla Facial 85

Ilustración 30 Mascarilla de café 85

Ilustración 31 Mascarilla lodo gris 86

Ilustración 32 Esencias para Jacuzzi 86

Ilustración 33 Diadema Facial 87

Ilustración 34 Gorros 87

Ilustración 35 Camilla 88

Ilustración 36 Aromaterapias Almohadas 89

Ilustración 37 Juego completo de Yoga 89

Ilustración 38 Muebles de oficina 90

Ilustración 39 Flujograma 101

Ilustración 40 Plano 1 piso 104

Ilustración 41 Plano 2 piso 105

Ilustración 42 Estructura Organizacional 107

Ilustración 43 Inversiones iniciales 125

Ilustración 44 Activos intangibles 126

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACION DE UN SPA MENTAL Y CORPORAL

Ilustración 45 Formula 126

Ilustración 46 Capital de trabajo 127

Ilustración 47 Fuentes financieros 127

Ilustración 48 Costos 128

Ilustración 49 Costos desembolsables y no desembolsables 128

Ilustración 50 Ingresos 129

Ilustración 51 Valor presente neto 130

Ilustración 52 Tasa interna de retorno 130

Ilustración 53 Relación beneficio costo 130

Ilustración 54 Costo anual equivalente 131

Ilustración 55 Periodo de recuperación de la inversión (PRI) 131

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACION DE UN SPA MENTAL Y CORPORAL

LISTADO DE TABLAS

Tabla 1 Características de Competidores 59

Tabla 2 Competidor Awa Spa 60

Tabla 3 Competidor Bliss Spa Beauty 61

Tabla 4 Competidor Sonesta Ibagué 62

Tabla 5 Competidor Omkara 63

Tabla 6 Competidor Acqua 64

Tabla 7 Competidor Corpo bello 65

Tabla 8 Consultorios Psicológicos 66

Tabla 9 Descripción del producto 68

Tabla 10 Publicidad y promoción 72

Tabla 11 Factores de localización 75

Tabla 12 Factores de localización 77

Tabla 13 Análisis de cada factor Vs Alternativas 80

Tabla 14 Tecnologías 91

Tabla 15 Tecnología Spa 93

Tabla 16 Mano de Obra 96

Tabla 17 Características de las sociedades por acciones simplificadas 110

Tabla 18 Como construir una empresa en Colombia 113

Tabla 19 Manual de funciones de Gerente 120

Tabla 20 Manual de funciones de contador 122

Tabla 21 Manual de funciones Supervisor 123

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACION DE UN SPA MENTAL Y CORPORAL

Resumen

El presente trabajo de investigación hace parte del programa de investigación de la Especialización en Gerencia de Proyectos; el cual articula a la línea de investigación Innovaciones sociales y productiva y sub línea dualidad estructural en la productividad, innovación y tejido empresarial, la pertenencia de las línea investigativa aplicada en el análisis de problemáticas, proponiendo ideas que contribuyan al crecimiento de la zona de aplicación del proyecto incentivando la investigación, contribuyendo el aumento de la productividad, para la creación de empresas fortaleciendo el emprendimiento y la innovación, forjando así especialistas críticos que aporten al desarrollo socio-económico del país.

La siguiente investigación muestra la factibilidad para la creación de una Spa mental y corporal en la ciudad de Ibagué propuesto para el año 2021, asimismo se realiza un análisis crítico acerca de la situación global, nacional y local del negocio de los Spa y su contribución con la salud. El Spa Cuerpo y Mente MARIPAU S.A.S, tiene como fin mejorar la salud mental de la población ibaguereña combinando el *Neurofeedback* y algunos procedimientos de relajación usados actualmente en los Spa; esto debido a que la ciudad enfrenta situaciones que han llevado a que aumenten las cifras de suicidio y/o se desate enfermedades físicas y mentales adversas de dichas situaciones de estrés y tensiones a las cuales se ven expuestas las personas en el siglo XXI, el Spa Cuerpo y Mente MARIPAU S.A.S pretende ser una opción en pro de concientizar a las personas sobre la importancia del cuidado mental y que esta pueda ser accesible al público.

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACION DE UN SPA MENTAL Y CORPORAL

Esta investigación se enfoca en una metodología con un enfoque cuantitativo y de tipo exploratoria/concluyente donde hubo una recolección y análisis de datos a partir de encuestas dirigidas a personas del municipio. A partir de este trabajo se pudo concluir que dicho proyecto es rentable y viable implementarlo en la medida que genera ingresos y beneficios para los emprendedores como para los habitantes de la ciudad.

Palabras clave: Neurofeedback, Spa, Belleza, Mental

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACION DE UN SPA MENTAL Y CORPORAL

Abstract

This research work is part of the research program of the Specialization in Project Management; which articulates to the line of research Social and productive innovations and sub-line structural duality in productivity, innovation and business fabric, the belonging of the research line applied in the analysis of problems, proposing ideas that contribute to the growth of the area of application of the project, encouraging research, contributing to increased productivity, for the creation of companies, strengthening entrepreneurship and innovation, thus forging critical specialists who contribute to the socio-economic development of the country

This research shows the feasibility for the creation of a mental and body Spa in the city of Ibagué proposed for the year 2021, a critical analysis is also carried out about the global, national and local situation of the Spa business and its contribution to the Health. The Body and Mind Spa MARIPAU S.A.S, aims to improve the mental health of the population of Ibiza by combining Neurofeedback and some completion procedures currently used in Spas; This is due to the fact that the city faces situations that have led to an increase in the suicide figures and / or the unleashing of physical and mental illnesses that are adverse to such stressful situations and tensions to which people are exposed in the 21st century, the Spa Body and Mind MARIPAU SAS intends to be an option in favor of making people aware of the importance of mental care and that it can be accessible to the public.

This research focuses on a methodology with a quantitative approach and of an exploratory / conclusive type where there was a collection and analysis of data from surveys directed to people in the municipality. From this work it could be concluded that this project is profitable and

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACION DE UN SPA MENTAL Y CORPORAL

feasible to implement it to the extent that it generates income and benefits for entrepreneurs as well as for the inhabitants of the city.

Keywords: Neurofeedback, Spa, Beauty, Mental

Introducción

El siguiente trabajo, permite analizar la viabilidad, técnica, financiera, y legal para la creación de un Spa Mental y Corporal en la ciudad de Ibagué, con un enfoque diferente a los demás competidores del sector, el cual pretende contribuir a mejorar, concientizar y prevenir las graves consecuencias que ocasiona el estrés en las personas que lo padecen.

En el capítulo uno, se analizan las causas del problema esto en cuanto a que día a día las personas se enfrentan a las exigencias de la vida moderna, las cuales llegan a ser perjudicial para su salud; y contribuye a la aparición de problemas de salud físicos y mentales, es por ello que en este mismo capítulo se habla de la innovación del proyecto, y la necesidad de su implementación.

En el capítulo dos, se define el enfoque de la investigación, y el análisis de las encuestas realizadas a través de una muestra simple aleatoria a la población ibaguereña, con el fin de determinar la aceptación del servicio, posterior a ello se mencionan los competidos indirectos que se encuentran en el sector, y los canales de distribución, planteando la propuesta del proyecto.

En el tercer capítulo se demuestra el estudio técnico, dentro del cual se desglosa el tamaño del proyecto, la localización, ingeniería y distribución de la planta. Para el capítulo cuatro, se realizó la distribución de las funciones y los cargos necesarios para el Spa, estableciendo la visión, misión, estructura organizacional y valores corporativos, de igual manera se define el paso a paso para la constitución de la empresa con referencia al marco legal colombiano.

Finalmente, en el capítulo cinco y seis se expone el estudio financiero y la evaluación del proyecto demostrando la viabilidad del mismo en consecuencia a las cifras arrojadas y el análisis de las mismas.

1.PRESENTACIÓN DEL PROBLEMA

En este capítulo se realizará la presentación y sustentación de la necesidad en el municipio de Ibagué. - Tolima y en la que se pretende que con la implementación del Spa mental y corporal MariPau se llegue a mitigar el porcentaje de personas que padecen estrés, y ansiedad.

1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Se determinarán las causas, pronóstico y control pronóstico para definir la necesidad del municipio de Ibagué.

1.1.1Causas.

Actualmente el incremento de actividades y ritmo de vida resultado de un medio altamente competitivo, producen que los niveles de estrés y cansancio sean factores determinantes para impedir el bienestar y armonía en las personas (Lezcano, 2015); razón por la cual surge la necesidad de disponer de un espacio donde además de mejorar la apariencia física también se obtenga bienestar y descanso, frente a esto se deduce que son cada vez más las personas que diariamente buscan centros estéticos para su cuidado; sin embargo, siempre que se habla del cuidado de la salud se suele pensar que hace referencia a la salud física, pero no se habla de la salud mental lo cual es de gran importancia para prevenir enfermedades a futuro y/o desgaste neurológico, es importante aclarar que las enfermedades mentales no se refieren necesariamente a los trastornos, sino también a un estadio en el que la persona está extenuada emocionalmente y

pidiendo urgentemente un descanso, (Lezcano, 2015); para la Organización Mundial de la Salud, la salud mental es “un estado de bienestar en el cual el individuo es consciente de sus propias capacidades, puede afrontar las tensiones normales de la vida, trabajar de forma productiva y fructífera y es capaz de hacer una contribución a su comunidad”. (Muñoz Cristóbal, Restrepo Diego y Cardona Doris, 2016).

Cualquier trastorno mental según el Manual Diagnóstico y Estadístico de los trastornos mentales – DSM V, estipula que la intensidad puede ubicarse en moderada hasta llegar a severa y con ello produciendo un significativo deterioro en el desempeño de los roles sociales y familiares; numerosas enfermedades médicas y trastornos mentales pueden interferir en las capacidades psicomotoras, emocionales y cognitivas necesarias para el ejercicio competente del rol profesional y el desarrollo personal. (Mingote Adán, José Carlos y Núñez López, 2011).

La Nueva España (2014), informa que en el siglo XXI cada vez son más las personas que se preocupan por su apariencia y cuidado personal, y en muchas ocasiones es un factor importante para encajar en la sociedad, provocados por los estereotipos y con ellos generando un sin fin de problemáticas referentes con la salud mental y tensiones musculares; por ello la industria de los Spas está cambiando constantemente y ha sufrido las transformaciones más específicas en los últimos cinco años, así lo refleja la prestigiosa revista económica *Forbes life* edición 2015 en el artículo titulado “Los Spa más lujosos del mundo” en el que el autor hace referencia en comparación al modelo de empresa e indica que hace tan solo un tiempo el negocio de los Spa era muy limitado y pensado solo en un sector económico y social alto, evitando el acceso de diferente público, también segmentando en ofrecer simplemente servicios de belleza física sin

tener en cuenta la importancia del equilibrio mental, ayudando a mitigar el estrés, la ansiedad y tensiones. (Pruneda, 2015).

Según Stavroula, L., Griffiths, A., & Cox, T. (2004), un estudio realizado y referenciado por la organización mundial de la salud, define las causas y efectos del estrés laboral en el individuo, y es que sin duda alguna el estrés será considerado una enfermedad, catalogada en la clasificación internacional de enfermedades, esto propuesto para el año 2022, esto en consecución de los antecedentes que evidencian la problemática existente con referencia al estrés y sus consecuencias, entre las cuales se pueden encontrar síntomas psicológicos tales como: aumento del nerviosismo y la ansiedad, irritabilidad, presencia de pensamientos negativos, falta de motivación y dificultades para concentrarse, (Márquez Olalla, 2016). Con lo anterior se pretende que el Spa Mental y Corporal sea una solución a dicha problemática, esto mediante el uso del *Neurofeedback* que con base en la revista de Neuro terapia, este se originó una mitad de la década de 1960 como un método para reentrenar patrones de ondas cerebrales a través del condicionamiento operante. Los estudios también revelaron indicadores alentadores de que el *Neurofeedback* ofrece una alternativa de tratamiento para el uso con problemas de aprendizaje, derrame cerebral, depresión, fibromialgia, autismo, insomnio, dolores de cabeza problemas con el equilibrio físico y para mejorar el rendimiento máximo. (Hammond, 2007).

Múltiples estudios han demostrado que la salud, está relacionada con factores psicosociales presentes en el trabajo, las personas que se encuentran sometidas a estrés tienden a abandonar el empleo, lo que determina un alto índice de rotación de los miembros de una empresa, las personas sufren cuando se sienten superadas por las demandas laborales y ambientales exigentes.

Frente a esto nuestra idea se enfoca primordialmente en el cuidado de la salud mental, para que culturalmente sea visto dicho cuidado apropiado, así como lo es el cuidado físico en el ser humano, por esto nuestro Spa mental brinda una perspectiva diferente frente a las alternativas del cuidado de la salud mental, porque no solo es importante lucir bien si no también sentirse bien.

1.1.2 Pronóstico.

En la ciudad de Ibagué día a día aumenta la preocupación en materia de cuidado en la salud mental, el diagnóstico sobre salud mental realizado en el Tolima, en cual se describen las condiciones de calidad de vida, degradadas en forma cotidiana, los cuales dejan un panorama psicosocial que conduce a la irracionalidad y al instante penoso del suicidio, dicho estudio realizado por la Secretaria de salud en el departamento del Tolima (2020), utilizó una muestra por conveniencia y aplicaron encuestas a 421 personas de 14 a 65 años y a padres o cuidadores de 184 personas de 5 a 13 años los cuales habitan en zonas rurales y no rurales en la ciudad de Ibagué buscando determinar variantes relacionadas con historia de exposición a emergencias y desastres, violencias relacionadas y no relacionada con el conflicto armado, violencia intrafamiliar, violencia sexual y discriminación, historia personal y familiar de problemas y trastornos mentales y consumo de sustancias psicoactivas, salud mental positiva, calidad de vida, entre otros.

Entre los resultados se encuentra que alrededor del 47.0% presentan un posible caso de ansiedad-depresión, así mismo, que de cada 100 personas en 54 se percibe baja autoestima, dichos resultados acontecen que son cada vez más las personas que requieren de una atención primaria

que permita ayudar a aliviar dichas tensiones y preocupaciones para no llegar a un diagnóstico aún más desfavorable. (Secretaría de salud, 2020)

1.1.3 Control de pronóstico.

Con la implementación del Spa Mental y Corporal se pretende mejorar la salud mental en la población Ibaguereña, siendo esta una alternativa accesible y de mayor alcance para las personas que padezcan algún tipo de alteración psicológica como estrés, ansiedad, o quiere potenciar sus habilidades y competencias en algún área específica a través del *Neurofeedback*.

1.2 ANALISIS ECONOMICO DEL ENTORNO

Se realizará un análisis para el sector de la belleza donde se espera implementarse el proyecto reconociendo datos desde el contexto internacional, nacional y local. Generando unas herramientas explicativas y unos modelos que nos permitan comprender la realidad económica.

1.2.1 Análisis Internacional.

El mundo ha evolucionado en distintas formas, ha provocado cambios que han afectado al sector empresarial de manera positiva y negativa, en Estados Unidos se calcula que el infarto, la causa de muerte más común en ese país, está íntimamente relacionado con el estrés; en Japón la tasa de suicidios aumentó el año pasado en un 15,5 % debido al estrés laboral y la Organización Mundial de la Salud calcula que la depresión asociada con el estrés de la vida moderna en el año 2020 será la principal aflicción, mientras el sida sólo ocupará el décimo lugar (Agulló 1999); con

ello se denota que con los avances de la actualidad generan consigo múltiples enfermedades o problemas asociados con la afección de la salud a causa del entorno en el cual se ven las personas sometidas a enfrentar, es por ello que se ve la necesidad de implementar soluciones que a la final brinden un alivio en la población mundial.

1.2.1 Análisis Nacional.

El estudio de la situación de salud mental en Colombia, como parte importante de la salud pública, ha sido objeto del interés nacional, en la medida en que se ha venido observando el incremento de la carga de enfermedad por los problemas y trastornos mentales y del comportamiento y la epilepsia, los años de vida potencialmente perdidos por el suicidio, la prevalencia de consumo problemático de alcohol y otras sustancias psicoactivas, las elevadas cifras relacionadas con las diferentes formas de violencia y otros factores que inciden en el bienestar y la calidad de vida de las personas y su comunidad (Ministerio de Salud, 2017). No hay duda de que el país está al borde de un ataque de nervios, según el último estudio sobre Salud Mental del Ministerio de Salud, el 23% de la población colombiana padece de estrés. Es decir, alrededor de nueve millones de personas, sumado a ello a raíz de la pandemia la cual atraviesan los colombianos (Ministerio de Salud, 2017). Las pandemias suelen relacionarse con confusión, temores, incertidumbre y la probabilidad de muertes en seres queridos. Asimismo, se relacionan con innumerables estresores sociales tales como hacer ajustes en las rutinas, separación de amigos y familiares, pérdida de empleos y aislamiento social, ahora bien, el surgimiento del COVID-19 hacia finales del 2019 ha traído consigo muchos de esos estresores, pero en una escala que no se veía desde 1918 (Martínez, 2020); finalmente el impacto de la

pandemia ha sido tal que se requiere con urgencia un espacio que alivie dichas tensiones ocasionadas por la cuarentena y factores estresores vividos durante este tiempo de aislamiento obligatorio decretado por el gobierno nacional.

1.2.3 Análisis Local.

De acuerdo con las proyecciones de población del Departamento de Administrativo Nacional de Estadística - DANE (2018), el departamento del Tolima cuenta con 1.427.984 habitantes, de los cuales 541.101 pertenecen al municipio de Ibagué; la población campesina representa el 32,8% del total departamental; de acuerdo al estudio realizado por la Secretaria de salud (2020), determino que en la ciudad de Ibagué alrededor del 47.0% presentan un posible caso de ansiedad y/o depresión, así mismo, que de cada 100 personas en 54 se percibe baja autoestima, dichos resultados acontecen que son cada vez más las personas que requieren de una atención primaria que permita ayudar a aliviar dichas tensiones y preocupaciones para no llegar a un diagnóstico aún más desfavorable, con base a la Información estadística Contexto regional Departamento de Tolima Municipio de Ibagué (2015) Boletín número 36, evidencia entre el año 2014 a 2015 el aumento de la cifra de suicidios, en comparación con el año inmediatamente anterior, en dicho boletín se informa que para el año 2015 alrededor de 59 personas hombres y mujeres se suicidaron en el departamento del Tolima y 33 personas hombres y mujeres se suicidaron en el municipio de Ibagué, entre las edades que oscilan de los 10 a los 80 años o más; sin embargo la ciudad musical, carece de un centro de Spa Mental y corporal especializado en reducir el estrés en hombres y mujeres. Basados en las necesidades de las personas que luchan día a día con sus enfermedades, evitando los problemas causados por un alto nivel de estrés en Colombia; Bernal

& Prentt, (2014), justificaron que uno de los países expertos en el tema de los Spa en los últimos años es Colombia, después de México y Brasil, tomándose como poneros importantes en el tema, ya que en este país los “Spa” fueron capaces de sustituir a gimnasios y centros de bellezas convencionales y todo ello por la falta de aplicación de técnicas nuevas relacionadas al ámbito de la belleza y la falta de inversión en máquinas de última tecnología. (Medina, 2019); Por lo mencionado anteriormente, el negocio de los Spa llegaría a ser rentable en la medida que se implemente tecnología funcional y actual para la satisfacción de las necesidades del cliente.

1.3 JUSTIFICACION

Dentro del marco de la especialización en gerencia de proyectos se plantea el estudio de la creación de un Spa mental y corporal siendo los únicos en ofrecer servicios de relajación con el uso del *Neurofeedback* técnica innovadora en el campo psicológico, sin dejar de lado el aspecto físico, buscando el bienestar psicológico y emocional de los habitantes de la ciudad de Ibagué - Tolima en el año 2021 en base a los conocimientos adquiridos a través de la especialización realizada en la corporación Universitaria Minuto de Dios, la cual se enmarcan los procesos en las diferentes ramas que tiene la gerencia de proyectos, se genera una forma de visionar desde una perspectiva diferente a la que comúnmente se puede visualizar en la actualidad de las universidades.

Por otra parte, la idea de implementar un Spa mental y corporal surge debido a la necesidad en la ciudad de Ibagué, teniendo en cuenta que según el Instituto Nacional de Medicina Legal en su boletín estadístico mensual de intentos de suicidios en Colombia en el año 2018 expone que de las 37 las entidades territoriales, la mitad presentaron tasas de incidencia superiores a la

nacional, fueron Vaupés, Caldas, Quindío, Putumayo, Risaralda, Huila, Antioquia, Arauca, Tolima; (Instituto Nacional de Medicina Legal, 2018). ocupando así el noveno lugar, siendo una de los justificantes que tiene el presente trabajo.

El desarrollo de este proyecto está sustentado en las múltiples oportunidades existentes para ofrecer un servicio especializado, en el mejoramiento de la estética corporal y salud mental para brindar a un mercado que se encuentra en constante crecimiento, opciones innovadoras, adaptadas a cada tipo de persona, la finalidad del mismo es que los clientes de este mercado encuentren en un solo lugar un servicio de alta calidad que permita el mejoramiento de la salud física y mental, brindando la oportunidad de que las personas que accedan al servicio logren disminuir sus niveles de estrés, y/o ansiedad. para ello es necesario establecer la factibilidad de creación de una empresa prestadora de servicios de Spa mental y corporal en la ciudad de Ibagué, departamento del Tolima, para el año 2021, en la que se logra evidenciar mediante la aplicación de una encuesta con una muestra de 280 participantes de los cuales 81% consideran pertinente un lugar en el cual puedan cuidar su salud mental más aun teniendo en cuenta la situación actual nacional lo cual ha sido un factor altamente estresor, se espera la participación de la población Ibaguereña aportando al crecimiento económico de la ciudad, a la disminución de las cifras de estrés, y a la concientización de la importancia del cuidado de la salud mental promoviendo campañas que inciten comportamientos y actividades funcionales para el equilibrio mental y físico.

1.4 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

¿Cuál es el impacto en los próximos cinco años en la reducción de enfermedades de salud mental como la ansiedad y la depresión a partir de la implementación de las técnicas de *Neurofeedback* en la creación de una empresa prestadora de servicios de Spa mental y corporal en la ciudad de Ibagué?

1.5 SISTEMATIZACIÓN DEL PROBLEMA

- ¿La implementación de un Spa Mental y Corporal que tiene como fin mejorar la salud mental de la ciudad de Ibagué, podrá contrarrestar el impacto negativo que ha tenido la ciudad en relación al cuidado de la salud mental y reducción de cifras de estrés y ansiedad?
- ¿Qué tan complejo será posicionarse en el mercado del cuidado mental y corporal con referencia a la competencia en el municipio de Ibagué?
- ¿Cuál será la viabilidad económica para la implementación de esta empresa de Spa Mental y Corporal en el municipio de Ibagué?
- ¿Cuáles serán los costos para la implementación del Spa y los servicios que se pretenden ofertar en el municipio de Ibagué?
- ¿Cuáles son las normativas legales sobre la creación de Spa y las restricciones con referencia a los servicios que se prestarán en el municipio de Ibagué?

1.6 OBJETIVOS

1.6.1 Objetivo General.

Establecer la factibilidad de creación de una empresa prestadora de servicios de Spa mental y corporal en la ciudad de Ibagué, departamento del Tolima, para el año 2021.

1.6.2 Objetivos Específicos.

- Evaluar el estudio de mercado, estableciendo las oportunidades y obstáculos para la consolidación de la idea de negocio.
- Realizar un estudio técnico, identificando la localización e ingeniería del proyecto, teniendo en cuenta las necesidades principales de un Spa.
- Analizar las políticas administrativas que hacen parte de la estructura y los procesos organizacionales del proyecto.
- Detallar los parámetros del estudio legal, teniendo en cuenta la normatividad y leyes a las cuales se debe orientar el proyecto.
- Determinar la viabilidad financiera del proyecto.

1.7 MARCO REFERENCIAL

En este capítulo se identificarán, los antecedentes, las teorías y los lineamientos del proyecto de investigación, recopilando la información más relevante a partir de datos y estadísticas de diferentes fuentes.

1.7.1 Antecedentes – estado de arte (vigilancia tecnológica).

Las principales consecuencias del estrés en la salud es el aumento de morbilidad y mortalidad cardiovascular, el estrés afecta especialmente al funcionamiento del sistema nervioso autónomo también puede provocar obesidad por alimentación inadecuada, puede tener efectos negativos en los huesos tejido, que conduce a la osteoporosis y aumento riesgo de fractura ósea (Wippert Pía, Rector Michael, Kuhn Gisela, 2017); según Jung Carl (1914), escritor del siglo XIX fue testigo de una plétora de nuevas terapias, a medida que las modas se extendían por el mundo médico. Los pacientes nerviosos disponían de una extensa carta de tratamientos dietéticos, medicamentos, remedios, curas de aire, curas de agua, curas de baño, curas de reposo, tratamientos eléctricos, tratamientos psíquicos, mental, curación, masajes, gimnasia, spas e instituciones públicas y privadas para elegir, el estrés en el trabajo es un problema de salud pública y un problema económico (Jung Carl, 1914, citado por Quine, 1999, p.26).

En otros estudios, se encontró que las intervenciones psicológicas han demostrado efectos positivos sobre el estrés relacionado con el trabajo como la terapia cognitivo - conductual, terapia de aceptación, compromiso y mindfulness (Brinkborg Hillvi, Michanek Josefin, Hesser Hugo, Gunilla Berglund, 2011), un programa realizado en el 2019 busco medir los efectos de un corto residencial programa de spa termal para prevenir el estrés relacionado con el trabajo / agotamiento de los biomarcadores de estrés, tomaron como muestra un grupo de trabajadores a los cuales les brindaron dicho tratamiento.

El protocolo ThermStress fue diseñado para proporcionar una mejor comprensión del efecto de un breve programa de Spa residencial para mejorar las tensiones y prevenir los problemas

relacionados con el estrés, esto demostró que los programas de spa pueden jugar un papel importante en impulsar cambios de estilo de vida sostenibles. (Dutheil, Chaplais, Vilmant, Lanoir. 2019). De acuerdo con la Organización Internacional del Trabajo uno de los factores que más incide en la generación del estrés es el ambiente laboral. Lo considera como "uno de los más graves problemas empresariales de la actualidad que amenaza la salud física y mental de los trabajadores, está detrás de la mayoría de los accidentes laborales como "uno de los más graves problemas empresariales de la actualidad que amenaza la salud física y mental de los trabajadores, está detrás de la mayoría de los accidentes laborales y cuesta caro a empresas y economías." En Colombia este tema empezó a tener reconocimiento oficial desde hace tres años, cuando una profesora agobiada por su trabajo presentó una tutela en la que pedía que le aliviaran su carga laboral pues le habían diagnosticado depresión causada por el estrés. La profesora ganó la tutela y la Corte Constitucional estableció que el estrés podía dar lugar a incapacidad. El estrés también desde ese año fue incluido como la dolencia número 1.000 del catálogo de enfermedades laborales contemplado por el Instituto de Seguros Sociales.

En la entrevista realizada a Bernal (2015), ex director técnico de Riesgos Profesionales del Ministerio de Trabajo: "La tendencia es a que el estrés se convierta en un factor de riesgo cada vez más intensivo, asociado a los modelos de organización, a la tecnología y al mercado laboral", con lo anterior se concluye que se presentan cada vez más casos de estrés laboral que provocan problemas futuros a la población colombiana la Organización Internacional del Trabajo (OIT), indica que en Colombia se estima que uno de cada cinco empleados padece estrés y fatiga, siendo estos los factores más perjudiciales para la salud de los trabajadores y detonantes para los altos índices de rotación de personal en las organizaciones. Una de las causas encontradas allí es

que los trabajadores en muchas ocasiones continúan su labor tras salir de la oficina. El informe revela que la tercera parte de la fuerza laboral revisa correos después de salir de sus trabajos y 10% los revisa en vacaciones (Sierra, 2015).

La encuesta del Consorcio Internacional de Epidemiología Psiquiátrica, un trabajo integrado de la Organización Mundial de la Salud (OMS), Harvard University, muestran Las proyecciones estadísticas que las condiciones psiquiátricas y neurológicas en el mundo se incrementarán de 10,5 % del total de la carga de la enfermedad a 15 % en el año 2020, lo cual equivale a un incremento proporcional mayor que para las enfermedades cardiovasculares. Estos cálculos muestran que en Colombia la depresión unipolar será la primera causa general de consulta en el año 2015. (Posada, 2013).

El Estudio Nacional de Salud Mental, Colombia, 2013, el 40,1 % de la población colombiana entre 18 y 65 años ha sufrido, está sufriendo o sufrirá alguna vez en la vida un trastorno psiquiátrico diagnosticado, se ha detectado el 16 % de estos casos en el último año y el 7,4 %, en el último mes. Los trastornos de ansiedad encabezan la lista (19,5 %); luego siguen los trastornos del estado de ánimo (13,3 %), los trastornos por control de impulsos (9,3 %) y los relacionados con el consumo de sustancias psicoactivas (9,4 %); Con el aumento de la edad, el control postural y las habilidades de equilibrio comienzan a empeorar (Posada, 2013). El equilibrio deteriorado puede resultar en una disminución de la actividad física durante la vida diaria y, al mismo tiempo, representa un factor de riesgo importante para las personas mayores. Otro estudio realizado con el fin de medir el control del equilibrio corporal el cual representa una función clave para la actividad física de las personas mayores de sesenta y cinco años, debido a los

cambios biológicos y psicosociales en este grupo de edad, uso la intervención basada en el yoga al ser beneficiosa para mantener su capacidad de equilibrio junto con la relación del trabajo mental, los resultados fueron que con la intervención supuso una mejora significativa de dos medidas de la composición corporal, en el grupo experimental disminuyó el porcentaje de grasa corporal en un 1,7% de grasa mientras que el otro grupo aumentó la mediana de este variable en un 0,3% de grasa corporal, logrando así optimizar los aspectos mentales del funcionamiento de la salud. (Krejčí , Psotta, Hill , Kajzar , Jandová, and Hošek, 2020)

El tiempo (2017), en su columna denominada: Depresión en Colombia es más alta que el promedio en el mundo, establece que:

“Un nuevo informe de la Organización Mundial de la Salud (OMS) sobre la depresión, un mal que afecta al 4,4 por ciento de la población del planeta, ubica a Colombia por encima del promedio mundial, lo que genera preocupación entre las autoridades en este tema.”

Según la OMS, este trastorno mental afecta al 4,7 por ciento de los colombianos, un porcentaje que, según algunos estudios desarrollados en el país, podría llegar hasta los 19 puntos. Aunque la investigación no profundiza en los resultados puntuales sobre el país se trata de un informe global basado en cifras del 2015, sí permite contrastar cómo estamos respecto al resto del mundo, donde unos 322 millones de personas viven con depresión, entre quienes las mujeres, los jóvenes y los ancianos son los más propensos.

En el contexto regional, a Colombia no le fue tan mal en el informe de la OMS. “En América Latina, Brasil es el país con mayor prevalencia de depresión, con 5,8 por ciento, seguido de Cuba

(5,5) y Paraguay (5,2). Chile y Uruguay tienen el 5 por ciento; Perú, 4,8, mientras que Argentina, Costa Rica y República Dominicana muestran, igual que Colombia, un 4,7 por ciento.” El desconcierto (2017). Sin embargo, esta cifra representa que existe una problemática grave de la cual se desarrolla a consecuencia de factores sociales y ambientales los cuales se pueden llegar a mitigar siempre y cuando se presenten programas que permitan el fortalecimiento de actividades que mejoren la salud mental y física a consecuencia de los beneficios que esta logra con dichos casos.

Un artículo publicado por la Revista Semana (2020), el cual se titula “Coronavirus, ansiedad y depresión: 8 testimonios del impacto de la pandemia”, presenta la siguiente información, que con base a la Revista Europea de Psicotraumatología Salud mental en la pandemia del COVID-19: Se requiere de una exigencia urgente de acciones en salud pública, esto en la medida que se presenta la urgente necesidad de que el público obtenga una posible solución para la crisis mental que se pudiese presentar, esta de ser una acción sanitaria impulsada por la escalada de la pandemia de COVID-19, en la cual se deben tener en cuenta las prioridades a resolver, el Estudio Nacional de Salud Mental indica que tres meses después de la llegada de la pandemia, el país enfrenta otra crisis silenciosa: la de salud mental. Uno tras otro, los estudios reportan un aumento de síntomas como depresión, ansiedad, insomnio y abuso de sustancias psicoactivas. No solo por la amenaza del virus, sino por el aislamiento social, la pérdida de la estabilidad económica y la incertidumbre. Tras solo 15 días de encierro, un estudio hecho por Profamilia con una muestra de 3.500 colombianos reportó que la nueva vida empeoró esos índices. “Más del 60 por ciento había tenido problemas de ansiedad y sentía que perdía el control de su vida”, dice Juan Carlos Rivillas, director de investigación de la entidad. Incluso los que han logrado adaptarse a las

medidas preventivas reportaron problemas de sueño, ansiedad y depresión. De esos, un grupo conformado en su mayoría por mujeres amas de casa menores de 39 años reportaron ansiedad, depresión, ira y desmotivación.

Con base a lo dicho por el viceministro de Salud Pública y Prestación de Servicios, Luis Alexander Moscoso Osorio, el cual destacó la importancia que tiene la salud mental para el Gobierno Nacional no solo con el enfoque para el individuo, sino también para las familias y la sociedad, teniendo en cuenta la situación que atraviesa el país actualmente. La salud mental ha sido incluso una de las mayores preocupaciones durante la pandemia del covid-19, por lo que el Ministerio de Salud y Protección Social le ha hecho seguimiento a este evento de salud pública, distinguiendo que ya hay "afectaciones en el talento humano en salud, en las personas con covid-19 y sus familias y en la población general por el temor, la angustia y la ansiedad que genera la enfermedad o por afrontar el aislamiento", dijo el viceministro. Indicó que todos estos efectos de la pandemia se conjugan con el diario vivir y los problemas de salud mental históricos como pueden ser la violencia, la depresión, el suicidio, el consumo de sustancias psicoactivas, el alcohol, entre otros.

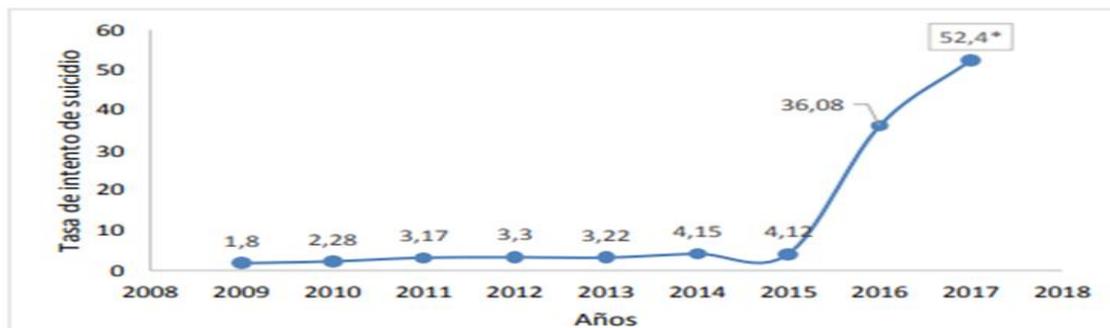
Según SISPRO "Sistema Integral de Información de la protección Social" la Encuesta Nacional de Salud Mental - ENSM (2015), el Estudio de Estimación de la Carga de Enfermedad para Colombia, de 2010 y el Sistema Nacional de Vigilancia en Salud Pública - SIVIGILA, de las cuales se extrajo la información que a continuación se relaciona la tasa de intento de suicidio reportada en SISPRO para el período 2009 a 2016, se ha ido incrementando año tras año, pasando de 0,9 por 100.000 habitantes en 2009 a 36,08 por 100.000 habitantes en 2016 y en

2017 la tasa (preliminar) es de 52,4. Cabe mencionar que el aumento significativo en los registros a partir del año 2016 puede estar asociado a que a partir del 1 de enero de ese año se inició la vigilancia de este evento a nivel nacional.

El Spa en los centros comerciales es una tendencia que crece, como parte de la cultura del autocuidado, del manejo del estrés y de la relajación, para tener un mejor estilo de vida, rendir en el estudio y en el trabajo y no dejar que las presiones de la vida moderna causen estragos. Así, saque tiempo para cuidarse y consentirse, relajarse un momento y sentir los beneficios de terapias naturales, de cremas adecuadas para cada tipo de piel y de aromas y sonidos que son saludables. Y para lucir bien nada mejor que una buena asesoría de imagen, para que renueve su corte, su peinado y hasta su maquillaje. Precisamente, con este fin, cada día se abren locales dedicados a la belleza, con expertos que buscan que las personas lleguen a lucir mejor que nunca. (El tiempo, 2011)

Es fundamental hacer presencia en los centros comerciales, porque la tendencia es que la gente tenga todo a su alcance. Poder brindarles asesoría especializada a los clientes, en estética, tratamientos capilares, para el rostro y todo lo que este requiera.

Ilustración 1 Tasa de intento de suicidio



Fuente: Ministerio de Salud Boletín No 2. de 2017

1.7.2 Marco Teórico.

Es importante definir algunos términos, ya que están estrechamente relacionados con el proyecto que se pretende realizar, es por esto, que, según González. (2015) en su investigación sobre El origen de los balnearios en el mundo antiguo: *Spas In The Western Empire* indica lo siguiente: Se dice que los romanos fueron una de las primeras civilizaciones en conocer las propiedades curativas y relajantes del agua. Multitudes de soldados frecuentaban los baños de aguas termales llamados *Aquae* para recuperarse de las lesiones que padecían en las batallas, para relajarse y también iban para perseguir la eterna juventud. La mayoría de las termas romanas tenían un circuito que podías recorrer según tus gustos o conveniencias, casi todas ellas disponían de, vestuarios, sala de temperatura tibia, Baño de agua caliente, Sauna Baños de vapor, Piscina para nadar, Gimnasio al que llamaban *Palestra*, así como los griegos, era el lugar dedicado a realizar ejercicios existían tiendas donde vendían bebidas y alimentos, salas de reuniones, bibliotecas y mucho más; no sólo se trata de cuidar el cuerpo, sino que los romanos también conocían que era necesario instruirse en las artes y las ciencias. Los egipcios ya creían que el agua tenía poder curativo. Los antiguos egipcios, fenicios, hebreos o israelitas empleaban el agua para lavarse, pero también para limpiar el cuerpo y alma con distintos rituales, quizás los griegos fueron los primeros en ver el agua como un componente curativo e incluso placentero. En la Grecia clásica existían baños para relajarse de estructura circular y utilizaban agua caliente a través de un sistema de calentamiento muy sencillo que se basaba en el uso de un hornillo, esto originaba vapores muy convenientes para la salud. Los calentadores eran termos que calentaban el agua, progresivamente surgieron durante la época romana como termas, que es una palabra

que se sigue empleándose hasta la actualidad adicionalmente a la de spa o balneario. El primer médico conocido de la Historia fue Hipócrates de origen griego y nacido en el año 2500, escribió su obra acerca de las propiedades químicas del agua, describió los problemas higiénicos que conlleva el uso del agua, analizar los efectos de los cambios del agua fría y caliente en el cuerpo humano y estableció que la enfermedad es la causa del desequilibrio de los fluidos internos del cuerpo y para cuidarla era necesario cambiar de rutina que incorporara lo siguiente: el uso de baños de aguas termales, sudar para expulsar toxinas, caminar, recibir masajes.

Otra palabra la cual se debe definir es el estrés el cual puede ser físico, psicológico o químico. Cuando una persona está pasando por una de estas crisis el cerebro libera una sustancia llamada cortisol, que comúnmente se conoce como adrenalina. Esta descarga desata una cadena de acontecimientos a nivel químico cerebral que produce ansiedad, depresión, y a veces desconexión con la realidad (El Comercio, 2014). Teniendo en cuenta que la salud, el bienestar y la tranquilidad son factores predominantes y vitales para realizar las actividades cotidianas, esto conlleva a que se requiere una supervivencia armoniosa; la realización de actividad física, la relajación mental y corporal colabora llevando a un estadio de bienestar y la salud de los seres humanos.

El *Neurofeedback* consiste en el entrenamiento de las “habilidades de autorregulación mediante tecnología computarizada. El hardware y el software tienen canales de audio y vídeo para corregir los patrones de ondas cerebrales irregulares y el flujo sanguíneo asociado con la salud mental y/o los problemas cognitivos” (Thibault, Lifshitz y Raz, 2016). El objetivo del *Neurofeedback* es lograr que el individuo aprenda a modificar algunos aspectos de su actividad cerebral, uno de los beneficios a nivel cerebral, es un aumento de 12 a 19 puntos en el CI, para

el caso de los sujetos cuyo motivo de consulta se refiere a problemas de aprendizaje (Fajardo y Guzmán, 2016).

El resultado del entrenamiento efectivo con *Neurofeedback* puede aparecer entre la sesión 20 y en la sesión número 40 del entrenamiento (Barrera, Gómez y Prieto, 2013). Justo en este rango se encuentra otra de las condiciones de su uso: la constancia y compromiso de cada paciente o participante debe coincidir con el objetivo plasmado, con el fin de que la efectividad de *neurofeedback* aparezca en el momento mencionado y se puedan evidenciar dichos resultados.

1.8 INNOVACIÓN

El factor innovador del proyecto consiste en la unificación de los servicios prestados por un Spa común y los beneficios que se pueden obtener de la aplicación del neurofeedback, esto permitirá que las personas se sientan más cómodas a asistir al psicólogo y al tiempo se fortalezca el cuidado de la salud mental en la comunidad, dicho de esta forma, la creación del SPA CUERPO Y MENTE MARIPAU tendrá una infraestructura que permita el desarrollo de los dos servicios brindando confort y calidad a los usuarios, se utilizarán las tecnologías correspondientes y se trabajaran con profesionales en el tema.

1.9 METODOLOGIA

A continuación, se presentará la metodología implementada para el proyecto, analizando el tipo de estrategia metodológica requerida para el estudio de factibilidad de una empresa prestadora de servicios mental y corporal.

1.9.1 Estrategia Metodológica.

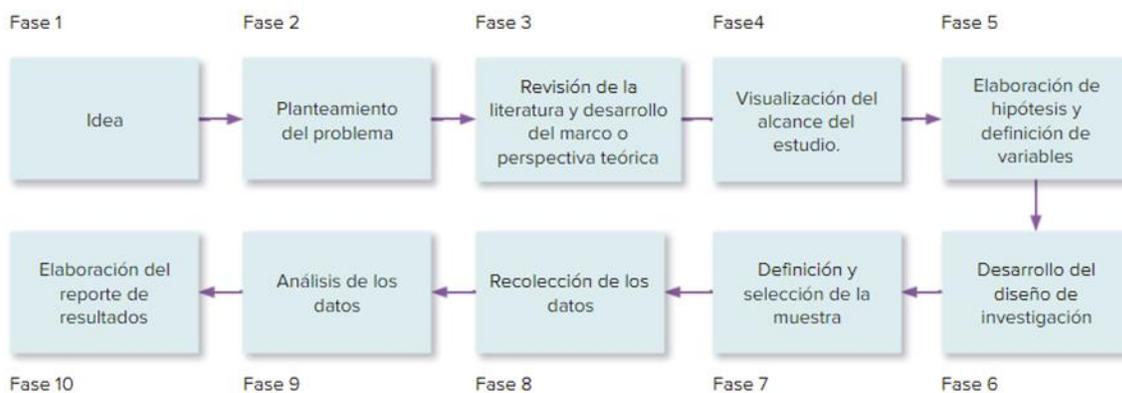
La presente investigación está enfocada a establecer la factibilidad de la creación de Spa cuerpo y mente MariPau en la ciudad de Ibagué, que permita la mejoría de la salud mental de la población ibaguereña, para ello se debe conocer los requisitos a los cuales se rige la construcción de este tipo de establecimientos, identificar los costos y la viabilidad financiera que representa la construcción del Spa tanto de su infraestructura como de los equipos y personal a utilizar para su implementación, todos estos planteamientos, han permitido establecer, que el enfoque de la presente investigación es de tipo cuantitativo, debido a que tiene como objetivo el estudio de la factibilidad para la implementación del Spa y se hace uso de las técnicas cuantitativas para la recolección de la información y la realización del estudio financiero.

A continuación, se analiza el tipo de estrategia metodológica requerida para el estudio de factibilidad de una empresa prestadora de servicios mental y corporal en el municipio de Ibagué, para lo cual se realizará el estudio a partir del Enfoque cuantitativo: siendo este reflejado en la utilización de la recolección de datos para probar hipótesis con base en la medición numérica y el análisis estadístico, con el fin de establecer pautas de comportamiento y probar teorías (Hernández Sampieri, 2014); este tipo de enfoque presenta los siguientes aspectos: El investigador o investigadora plantea un problema, pero no sigue un proceso definido claramente, sin embargo, sus planteamientos iniciales no son tan específicos como en el enfoque cuantitativo y las preguntas de investigación no siempre se han conceptualizado ni definido por completo.

En la búsqueda cualitativa, en lugar de iniciar con una teoría y luego “voltear” al mundo empírico para confirmar si ésta es apoyada por los datos y resultados, el investigador comienza

examinando los hechos en sí y en el proceso desarrolla una teoría coherente para representar lo que observa. Las características son las siguientes de acuerdo al autor Hernández et al (2014), el enfoque cuantitativo que representa un conjunto de procesos, es secuencial y probatorio, cada etapa precede a la siguiente y no se puede “brincar” o eludir pasos, el orden es riguroso, aunque desde luego, se puede redefinir alguna fase o parte de una idea que va acotándose y una vez delimitada, se derivan objetivos y preguntas de investigación, se revisa la literatura y se construye un marco o una perspectiva teórica. De las preguntas se establecen hipótesis y determinan variables; se traza un plan para probarlas (diseño); se miden las variables en un determinado contexto; se analizan las mediciones obtenidas utilizando métodos estadísticos, y se extrae una serie de conclusiones respecto de la o las hipótesis. Este proceso se representa en la figura que se muestra a continuación.

Ilustración 2 Metodología de la investigación



Fuente: *Metodología de la investigación*, HERNANDEZ SAMPIERI 6TA EDICIÓN 2014.

1.9.2 Tipos de investigación /Proyecto.

Existen diferentes tipos de investigación, para la realización de esta investigación se hizo uso de la investigación de tipo exploratoria ya que estas tienen como objetivo examinar un tema o problema de investigación poco analizado, del cual se tienen muchos interrogantes o no se ha abordado por otros investigadores, o bien sea para indagar sobre temas ya existentes, pero desde nuevos puntos de vista que otros investigadores no lo hayan analizado, por otra parte termina como investigación concluyente en la cual su principal objetivo es tratar o contrastar hipótesis específicas, en la mayoría de casos se usan encuestas o cuestionarios dirigidos a personal específico a la que se requiere obtener la información a investigar, (Hernández Sampieri, 2014); ambos tipos implementados en el momento de analizar el planteamiento del problema, con el fin de concluir a través de la información recolectada la factibilidad de la investigación realizada. De acuerdo a Lourdes (1988), los instrumentos para recopilar información son, las técnicas de información documental como son: la encuesta, el cuestionario, la entrevista, las pruebas y escalas. Las herramientas para la recolección de datos será la aplicación de una encuesta mediante la escala de Likert, y el análisis de las mismas a partir de los resultados arrojados. Las herramientas para la recolección de datos será la aplicación de una encuesta mediante la escala de Likert y el análisis de las mismas a partir de los resultados arrojados, desagregado en: la encuesta, técnica de encuesta es ampliamente utilizada como procedimiento de investigación, ya que permite obtener y elaborar datos de modo rápido y eficaz, Se puede definir la encuesta, siguiendo a García Ferrando (1993) , como «una técnica que utiliza un conjunto de procedimientos estandarizados de investigación mediante los cuales se recoge y analiza una serie

de datos de una muestra de casos representativa de una población o universo más amplio, del que se pretende explorar, describir, predecir y/o explicar una serie de características» y la Escala de Likert utilizada para medir actitudes como para medir otros tipos de rasgos se pueden seguir algunos enfoques metodológicos diseñados para tales efectos. Para ejemplificar nos apoyaremos en la construcción de una escala de actitudes denominada tipo-Likert, Definimos una escala como una serie de ítems (es una frase o proposición que expresa una idea positiva o negativa respecto a un fenómeno que nos interesa conocer) o frases que han sido cuidadosamente seleccionados, de forma que constituyan un criterio válido, fiable y preciso para medir de alguna forma los fenómenos sociales y, la actitud es un estado de Introducción a la Metodología de la Investigación disposición psicológica, adquirida y organizada a través de la propia experiencia que incita al individuo a reaccionar de una manera característica frente a determinadas personas, objetos o situaciones. . (Hernández Sampieri, 2014).

2. ESTUDIO DE MERCADO

En el siguiente capítulo se describirá la recolección y análisis de datos del proyecto, para determinar el posicionamiento en la industria con respecto a sus competidores con el fin de mejorar las estrategias de negocios. Aumentando la competitividad.

2.1 MERCADO CONSUMIDOR

En el siguiente capítulo se describirá la población objetiva del proyecto, y el registro de habitantes de la ciudad de Ibagué

2.1.1 Población objetivo.

El proyecto se ejecutará en el municipio de Ibagué – Tolima el cual cuenta con 541.101 habitantes según el último registro de censo realizado por el DANE (2020) y de los cuales 409.356 son mayores de 18 años y se encuentran ubicados en la zona urbana y rural de la ciudad musical.

2.1.2 Análisis muestral.

Atendiendo a la disponibilidad de recursos humanos y logísticos, se optó por una muestra probabilística, mediante un muestro aleatorio simple, en el cual se pretende aplicar 278 encuestas, con un nivel de confianza del 95% y un margen de error del 6%.

Cálculo del tamaño de la muestra:

Ilustración 3 Figura Calculo del tamaño de la muestra

$$n = \frac{N \times Z_a^2 \times p \times q}{d^2 \times (N - 1) + Z_a^2 \times p \times q}$$

Fuente: <https://www.psyma.com/company/news/message/>

En donde,

N = tamaño de la población

Z = nivel de confianza

P = probabilidad de éxito, o proporción esperada

Q = probabilidad de fracaso

D = precisión (Error máximo admisible en términos de proporción). (Pickers, Psyma, 2015)

Solución:

N= 409.356

Z= 95% = 1,96

p = 5% = 0,05

q = 5% = 0,05

d = 6% = 0,06

Solución de ecuación:

$$n = \frac{(409.356) * (1,96)^2 * (0,05) * (0,05)}{(0,06)^2 * (409.356 - 1) * (1,96)^2 * (0,05) * (0,05)}$$

$$n = \frac{(409.356) * (3,8416) * (0,0025)}{(0,0036) * (409.355) * (3,8416) * (0,0025)}$$

$$n = \frac{3.931,45}{14,15} \quad 277,84$$

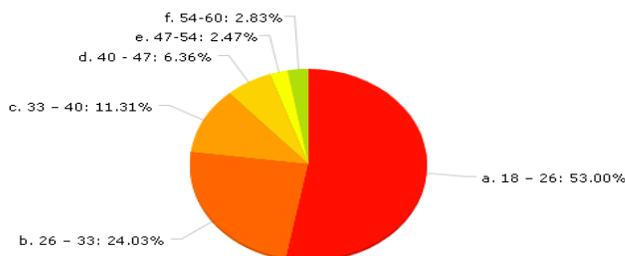
2.1.3 Encuesta.

1. ¿Su edad se encuentra entre?

Ilustración 4 Pregunta # 1 Encuesta

Número de participantes: 283

- 150 (53.0%): a. 18 - 26
- 68 (24.0%): b. 26 - 33
- 32 (11.3%): c. 33 - 40
- 18 (6.4%): d. 40 - 47
- 7 (2.5%): e. 47-54
- 8 (2.8%): f. 54-60
- (0.0%): g. 60 o mas



Fuente: Elaboración Propia

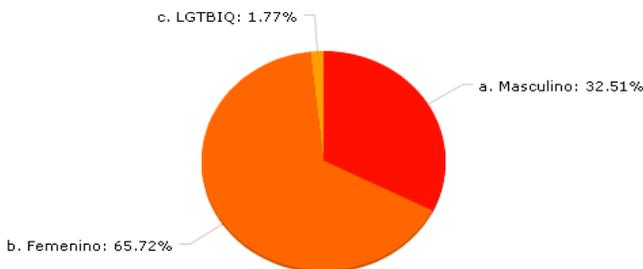
La intención con esta pregunta es determinar cuáles son las edades que más visitaría el Spa, según la encuesta el 53% tienen entre 18 – 26 años de edad.

2. ¿Seleccione su género?

Ilustración 5 Pregunta #2 Encuesta

Número de participantes: 283

- 92 (32.5%): a. Masculino
- 186 (65.7%): b. Femenino
- 5 (1.8%): c. LGTBIQ
- (0.0%): d. Otro, ¿Cuál? _____



Fuente: Elaboración Propia

Con esta pregunta queremos conocer que genero asistiría más a nuestro Spa, y concluimos que el 65.72% se identifican con el género femenino.

3. ¿Considera importante cuidar la salud mental y física?

Ilustración 6 Pregunta #3 Encuesta

Número de participantes: 283

6 (2.1%): a. Me importa más la salud física

19 (6.7%): b. Me importa más la salud mental

258 (91.2%): c. Las dos son importantes

- (0.0%): d. No me interesa



Fuente: Elaboración propia

Esta pregunta es de gran relevancia puesto que se concluye que para el 91,7 % de los encuestados es más importante cuidar la salud mental y corporal, que solo una en específico.

4. ¿En qué rango de tiempo usted ha asistido a un Spa?

Ilustración 7 Pregunta #4 Encuesta

Número de participantes: 283

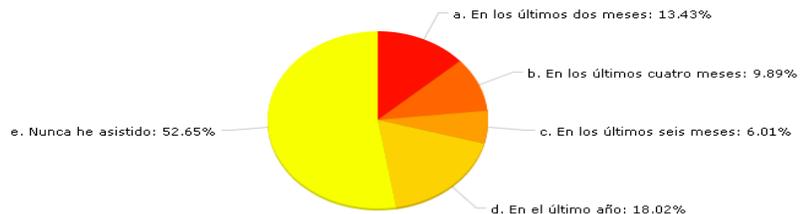
38 (13.4%): a. En los últimos dos meses

28 (9.9%): b. En los últimos cuatro meses

17 (6.0%): c. En los últimos seis meses

51 (18.0%): d. En el último año

149 (52.7%): e. Nunca he asistido

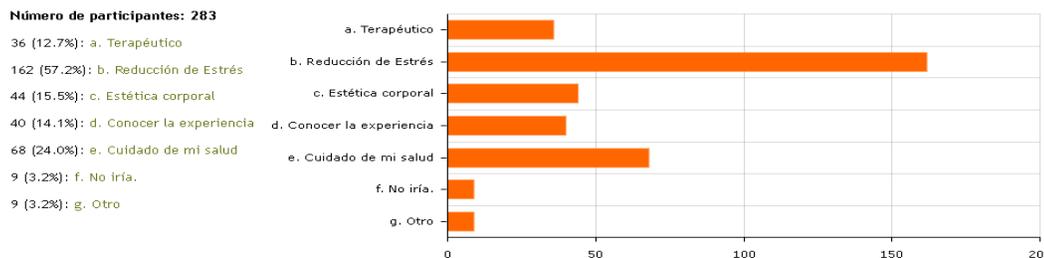


Fuente: Elaboración propia

Esta pregunta permite conocer la frecuencia con la cual las personas han asistido a un Spa, concluyendo que el 52,65% nunca han asistido, sin embargo, el 47,35% dice haber asistido durante los últimos dos, cuatro, seis meses y último año.

5. ¿Cuál es la razón por la cual asistiría a un Spa?

Ilustración 8 Pregunta #5 Encuesta

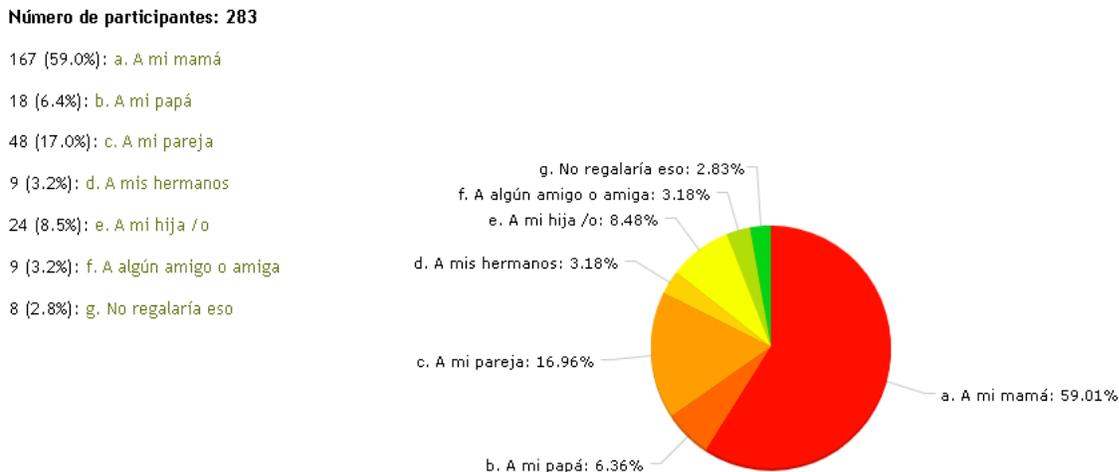


Fuente: Elaboración Propia

Esta pregunta evidencia que el 57,2% de las personas están interesadas en asistir a un spa con el fin de reducir el estrés, y como segunda opción con el 24% para el cuidado de su salud.

6. Si pudiera regalar una visita a un Spa, ¿A quién se lo regalarías?

Ilustración 9 Pregunta #6 Encuesta



Fuente: Elaboración propia

La intención con esta pregunta es conocer a través de los encuestados a quien le regalarían este servicio, concluyendo del 59,01% se lo obsequiaría a la mamá, esto se tendrá en cuenta al momento de establecer las estrategias de mercado.

7. ¿Es necesario para usted mejorar su concentración, rendimiento físico, procesos de aprendizaje, aumentar su agilidad mental?

Ilustración 10 Pregunta #7 Encuesta

Número de participantes: 283

254 (89.8%): a. Si

10 (3.5%): b. No

19 (6.7%): c. Tal vez



Fuente: Elaboración propia

Esta pregunta se realiza para determinar si se tiene una respuesta negativa o positiva con referencia a la disposición de las personas para mejorar su concentración, rendimiento físico, procesos de aprendizaje y aumentar su agilidad mental, concluyendo que para el 89.8% si es importante.

8. ¿Cree usted que en un Spa se pueden trabajar técnicas psicológicas para aliviar el estrés y al tiempo trabajar áreas cerebrales funcionales en la vida diaria?

Ilustración 11 Pregunta # 8 Encuesta

Número de participantes: 283

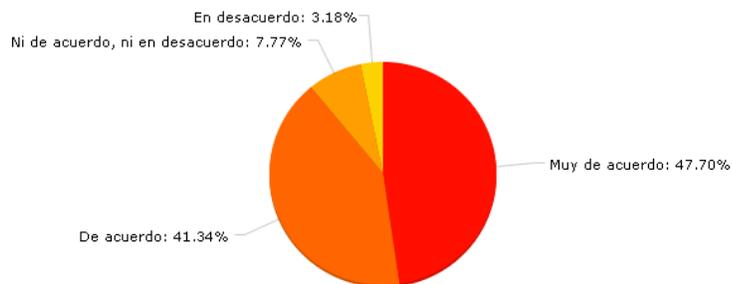
135 (47.7%): *Muy de acuerdo*

117 (41.3%): *De acuerdo*

22 (7.8%): *Ni de acuerdo, ni en desacuerdo*

9 (3.2%): *En desacuerdo*

- (0.0%): *Completamente en desacuerdo*



Fuente: Elaboración propia

Esta pregunta permite conocer si las personas consideran que en los Spa se pueden trabajar en conjunto técnicas psicológicas y tradicionales, teniendo en cuenta el estigma de que en los Spa solo son para procedimientos estéticos, la mayoría de personas un 47,7% que se encuentran Muy de acuerdo, y el 41,3 se encuentra De acuerdo.

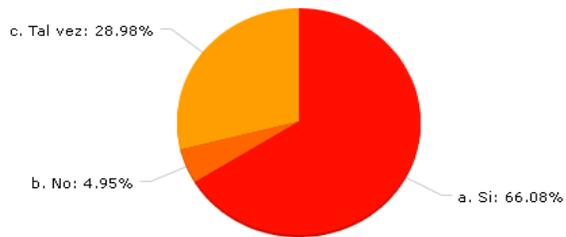
9. El Neurofeedback es un tratamiento científico, enmarcado en la psicología, que busca regular de forma natural el funcionamiento del cerebro. Esto, mediante un proceso de entrenamiento en el cual la persona aprende a controlar de forma consciente su actividad cerebral funciona para aquellas personas que desean estimular y potencializar su funcionamiento cognitivo. Así, logran un aumento en la concentración, una mejora en la toma de decisiones y en la planificación de tareas.

Con lo anterior, ¿Usted estaría dispuesto a pagar un paquete que incluya, terapias de neuroFeedback combinando las técnicas de los Spa a partir de los beneficios que estas tienen?

Ilustración 12 Pregunta #9 Encuesta

Número de participantes: 283

- 187 (66.1%): a. Si
- 14 (4.9%): b. No
- 82 (29.0%): c. Tal vez



Fuente: Elaboración propia

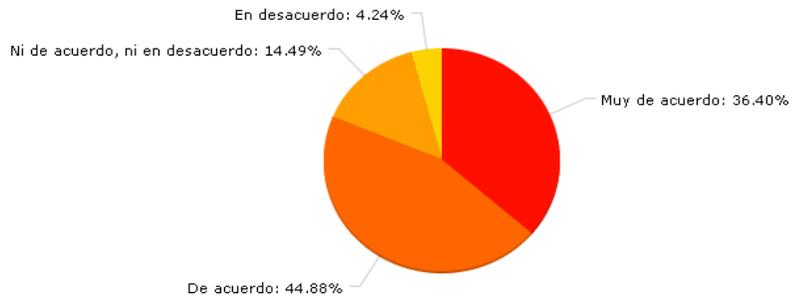
Con esta pregunta se evidencia que el 66.1% estarían dispuestos a invertir en los servicios que se ofrecen con la técnica del *Neurofeedback*.

10. ¿Considera usted que en un Spa puede ofrecer el servicio de *NeuroFeedback*?

Ilustración 13 Pregunta #10 Encuesta

Número de participantes: 283

- 103 (36.4%): Muy de acuerdo
- 127 (44.9%): De acuerdo
- 41 (14.5%): Ni de acuerdo, ni en desacuerdo
- 12 (4.2%): En desacuerdo
- (0.0%): Completamente en desacuerdo

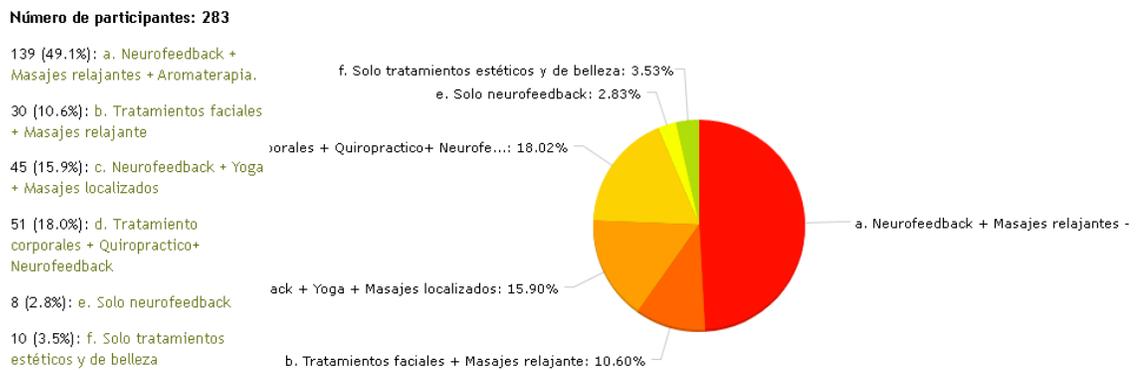


Fuente: Elaboración propia

Esta pregunta se realizó con el propósito de conocer si para los encuestados un spa puede ofrecer servicios de *NeuroFeedback*, conociendo anteriormente el fin de esta técnica, teniendo como resultado el 44.88% que están De acuerdo, y el 36,4% Muy de acuerdo.

11. ¿En cuál de los siguientes servicios estaría usted dispuesto a invertir?

Ilustración 14 Pregunta # 11 Encuesta



Fuente: Elaboración propia

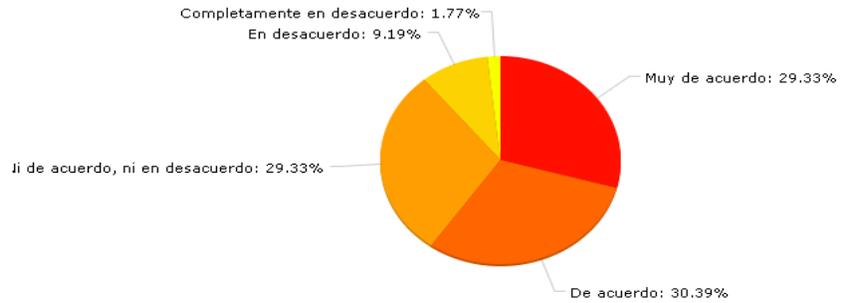
Según la encuesta realizada, los servicios que las personas estarían más dispuestos a invertir son del 49.1% por *Neurofeedback* +masajes relajantes +aromaterapias.

12. ¿Estaría dispuesto a pagar alrededor entre \$280.000 a 320.000 por un paquete que incluya (¿Neurofeedback + masajes relajantes + un tratamiento facial para una sola persona en un Spa especializado en dichos servicios?

Ilustración 15 Pregunta #12 Encuesta

Número de participantes: 283

- 83 (29.3%): Muy de acuerdo
- 86 (30.4%): De acuerdo
- 83 (29.3%): Ni de acuerdo, ni en desacuerdo
- 26 (9.2%): En desacuerdo
- 5 (1.8%): Completamente en desacuerdo



Fuente: Elaboración propia

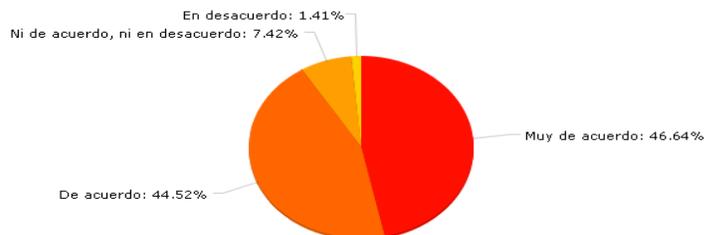
El 30,4% estaría De acuerdo y el 29,3% estarían Muy de acuerdo con cancelar alrededor de \$280.000 a 320.000 por un paquete que incluya (¿Neurofeedback + masajes relajantes + un tratamiento facial para una sola persona en un Spa especializado, esto permitirá tener un concepto del valor que la persona estarían dispuestos a invertir en los servicios ofertados.

13. ¿Cree usted que en Ibagué es necesario un centro que ofrezca los servicios (Cuidado de la salud mental y física) mencionados anteriormente, teniendo en cuenta los beneficios que traen consigo y la situación que se vive actualmente?

Ilustración 16 Pregunta # 13 Encuesta

Número de participantes: 283

- 132 (46.6%): Muy de acuerdo
- 126 (44.5%): De acuerdo
- 21 (7.4%): Ni de acuerdo, ni en desacuerdo
- 4 (1.4%): En desacuerdo
- (0.0%): Completamente en desacuerdo



Fuente: Elaboración propia

Esta pregunta es de gran importancia para nuestro proyecto demuestra la necesidad de los encuestados en que existan un centro como este en el municipio de Ibagué obteniendo un porcentaje del 46,64% que las personas se encuentran Muy de acuerdo y el 44.5% están de acuerdo

14. ¿Usted visitaría un Spa Mental que permita mejorar sus procesos psicológicos básicos y superiores (atención, memoria, aprendizaje) implicados en las actividades diarias?

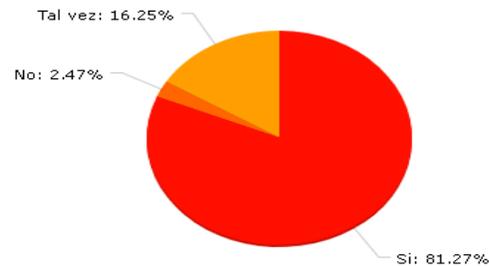
Ilustración 17 Pregunta # 14 Encuesta

Número de participantes: 283

230 (81.3%): Si

7 (2.5%): No

46 (16.3%): Tal vez



Fuente: Elaboración propia

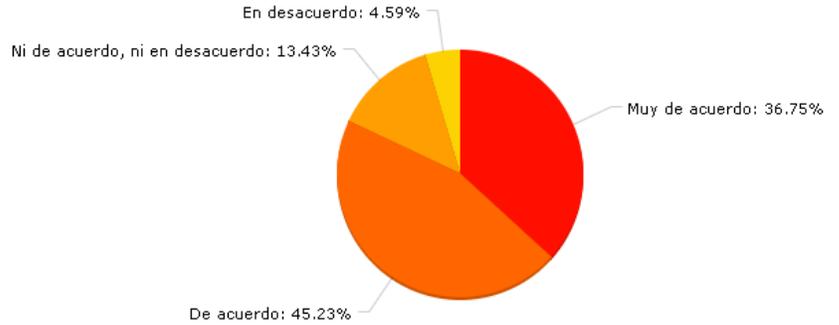
El 81,27% Si visitaría un Spa Mental que permita mejorar sus procesos psicológicos básicos y superiores (atención, memoria, aprendizaje) implicados en las actividades diarias.

15. ¿Considera necesario asistir a un Spa que ofrezca los servicios anteriormente mencionados al menos una vez al mes de manera recurrente?

Ilustración 18 Pregunta #15 Encuesta

Número de participantes: 283

- 104 (36.7%): Muy de acuerdo
- 128 (45.2%): De acuerdo
- 38 (13.4%): Ni de acuerdo, ni en desacuerdo
- 13 (4.6%): En desacuerdo
- (0.0%): Completamente en desacuerdo



Fuente: Elaboración propia

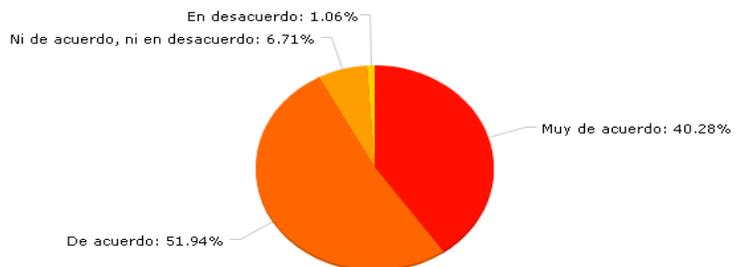
El 45,23% de las personas están de acuerdo y el 36,75% estarían Muy de acuerdo con asistir a un Spa que ofrezca los servicios mencionados al menos una vez al mes, esto identificando el porcentaje de demanda.

16. ¿Recomendaría un Spa Mental y Corporal si considera que los servicios son eficientes para las personas?

Ilustración 19 Pregunta # 16 Encuesta

Número de participantes: 283

- 114 (40.3%): Muy de acuerdo
- 147 (51.9%): De acuerdo
- 19 (6.7%): Ni de acuerdo, ni en desacuerdo
- 3 (1.1%): En desacuerdo
- (0.0%): Completamente en desacuerdo



Fuente: Elaboración propia

El 51,94% recomendaría un Spa corporal y mental, si considerando que los servicios son eficientes para las personas.

2.1.4 Grado de aceptación.

De acuerdo a la encuesta el 81.1 % de los encuestados están interesados en los servicios que se brindaran en el Spa Mental y Corporal.

2.1.5 Demandantes potenciales.

Ilustración 20 Figura Demandantes potenciales

Grado de aceptación	81,1%	% de participación competencia	34,0%
Frecuencia de Compra	1	Porcentaje sobre la brecha de mercado	10,0%

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Crecimiento anual (0% al 5%)		2,0%	2,0%	4,0%	4,0%

	Demandantes potenciales	Ventas del sector (unidades)	Participación de la competencia (unidades)	Brecha de mercado (unidades)	Porcentaje sobre la brecha de mercado	Unidades a producir
Año 1	16000	12981	4413	8567	10,0%	857
Año 2	17600	14279	4855	9424	10,0%	961
Año 3	19360	15707	5340	10366	10,0%	1057
Año 4	27104	21989	7476	14513	10,0%	1509
Año 5	37946	30785	10467	20318	10,0%	2113

Fuente: Elaboración propia

De acuerdo a la investigación previa, los demandantes potenciales para el primer año son 16.000 personas que se pretende que adquieran los servicios del Spa mental y corporal esto definido a través un estudio realizado por FENALCO entre el 2004-2008, en el cual se indica que ha

aumentado un 40% durante esos 4 años, se realiza una proyección obteniendo así la cifra mencionada de 16.000 posibles demandantes.

2.2 MERCADO COMPETIDOR

Dentro de este punto se analiza el sector económico al cual se debe enfrentar el proyecto las principales características de los competidores, y la tipología del mercado.

2.2.1 Análisis del sector económico.

Según el DANE en el boletín técnico “Encuesta Anual de Servicios (EAS) 2018” en Colombia se destaca que los subsectores Salud humana; Telecomunicaciones; y Actividades de empleo, seguridad e investigación privada y servicios a edificios, generaron los mayores niveles de producción bruta y de valor agregado, como rama de la actividad económica el sector Salud Humana obtuvo una participación del 8.2 % miles de personas ocupadas, esto quiere decir que dicho sector es uno de los más competitivos en comparación con otros tipos de sectores, en donde se visualiza una mayor demanda de los servicios brindados por las empresas de dicho sector. (DANE, 2018).

2.2.2 Tipología de la competencia.

En la actualidad el municipio de Ibagué- Tolima carece legalmente con el servicio de Spa Mental. La competencia, las ofertas del mercado y del proyecto para el análisis no se puede

considerar como competencia directa ya que no disponen de un Spa con *NeuroFeedback* si no Spa corporal y consultorio psicológicos.

2.2.3 Características de competidores

Tabla 1 Características de Competidores

Competidores	Desventaja	Fortalezas
Awa Spa	Precios altos con los paquetes que manejan	Empresa legalmente constituida, cuenta con variedad en sus paquetas
Bliss Spa Beauty	La ubicación no es central	Tienen paquetes grupales y los precios justos
Sonesta Ibague	Precios elevados y se debe reservar con 15 días de anticipación	Buenos paquetes y precios además cuentan con excelente ubicación
Om Kara	Situado en un lugar con poca visibilidad	Empresa totalmente constituida con buenos precios y jordana continua
Acqua Stetic	No cuentan con variedad de servicios	Tiene un a buena ubicación, es conocido en la ciudad, cuenta con una buena infraestructura

Corpo bello Spa	Pagina web mal organizada, y poca actualización en los servicios que brindan	Buena ubicación, manejo de promociones y variedad en sus servicios.
Consultorios Psicológicos	Desventajas	Ventajas
Neuraxis Clínica	No aplican técnicas directas de <i>neurofeedback</i>	Servicios especializados y manejo de poblaciones específicas, cuentan con personal profesional

Fuente: *Elaboración propia*

Tabla 2 Competidor Awa Spa

Competidor indirecto: Awa Spa	
Precios	Sesiones desde: 50.000 hasta 300.000
Condiciones	Empresa legalmente bien constituida.
Calidad	Relajación en salas ambientadas con pétalos de rosas, musicoterapia, cromoterapia y aromaterapia a la luz de las velas •Beneficios en la piel con una rica exfoliación a base de gránulos de café y yogurt.

	<ul style="list-style-type: none"> • Relájate con masaje corporal con aceites aromáticos acompañado de piedras volcánicas • Mascarilla facial de cocoa, y chocolate • Reflexología podal, un masaje especializado en las plantas de los pies. • Jacuzzi, para que termines compartiendo con tu pareja un romántico momento en baño de espuma y copa de vino
Publicidad	Empresa reconocida a nivel municipal.
Situación financiera	No se tiene datos de sus ingresos.
Ubicación	<p>Calle 17A No. 7-119 esquina Barrio Interlaken, Ibagué – Tolima</p> <p>2774364 - 3132268626</p>

Fuente: *Elaboración propia*

Tabla 3 Competidor Bliss Spa Beauty

Competidor indirecto: Bliss Spa Beauty	
Precios	Sesiones desde: 75.000 hasta 200.000

Condiciones	Empresa legalmente bien constituida.
Calidad	Especialistas en tratamientos para reducir medidas, tonificar y decir adiós a la celulitis, así como tratamientos postoperatorios y rituales de relajación.
Publicidad	Empresa reconocida a nivel municipal.
Situación financiera	No se tiene datos de sus ingresos.
Ubicación	Carrera Sexta número 48-15 Balcones de Provenza

Fuente: *Elaboración Propia*

Tabla 4 Competidor Sonesta Ibagué

Competidor indirecto: Sonesta Ibagué / Spa	
Precios	Sesiones desde: 75.000 hasta 200.000
Condiciones	Empresa legalmente bien constituida.
Calidad	Especialistas en: <ul style="list-style-type: none"> • Cabinas masajes

	<ul style="list-style-type: none"> • Limpieza facial • Sauna • Turco
Publicidad	Empresa reconocida a nivel municipal.
Situación financiera	No se tiene datos de sus ingresos.
Ubicación	<ul style="list-style-type: none"> • Carrera 8 # 57-57 Centro Comercial Acqua • Horarios de 9 a.m – 6 p.m • Reservas: 57. 317.382.5947

Fuente: *Elaboración propia*

Tabla 5 Competidor Omkara

Competidor indirecto: Omkara / Spa	
Precios	Sesiones desde: 150.000
Condiciones	Empresa legalmente bien constituida.
Calidad	Especialistas en cejas y pestañas, estética facial y corporal, depilación láser, spa, peluquería, queratinas y mucho más

Publicidad	Empresa reconocida a nivel municipal.
Situación financiera	No se tiene datos de sus ingresos.
Ubicación	Cra. 6 ##59-20, Ibagué, Tolima

Fuente: *Elaboración Propia*

Tabla 6 Competidor Acqua

Competidor indirecto: Acqua Stetic	
Precios	Sesiones desde: 150.000
Condiciones	Empresa legalmente bien constituida.
Calidad	Aqua STETIC es un SPA que cuenta con 5 años de experiencia en el área de la belleza la salud y el cuidado personal ofrece variedad de servicios faciales y corporales contamos con equipos de última tecnología y con personal altamente calificado, con la más alta eficacia, eficiencia, competitividad con calidad humana, ética y puntualidad, logrando así la satisfacción de nuestros clientes.

Publicidad	Empresa reconocida a nivel municipal.
Situación financiera	No se tiene datos de sus ingresos.
Ubicación	Calle 37 #Carrera 5-42 Local 2 y 3, Ibagué, Tolima

Fuente: *Elaboración Propia*

Tabla 7 Competidor Corpo bello

Competidor indirecto: CORPO BELLO SPA - Salud y Belleza Corporal	
Condiciones	Empresa legalmente bien constituida.
Calidad	Corpo Bello Spa, ofrece un amplio número de tratamientos especializados dedicados a brindar belleza tranquilidad y confort. Comparte con nosotros profundas experiencias enriquecedoras para tu mente y alma, armonizando tu ser y brindando complementos para el espíritu. Disfruta de nuestros tratamientos Corporales, Faciales y de Relajación.

Publicidad	Empresa reconocida municipalmente
Situación financiera	Cuenta con buenos ingresos económicos.
Ubicación	Calle 45 No. 2-87, Piedra Pintada baja, Ibagué, Tolima

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 8 Consultorios Psicológicos

Consultorios Psicológicos Ibagué	
<p>Neuraxis clínica neuropsicología integral</p> <p>Carrera 4D #35-80</p> <p>3187162619</p> <p>Competencia indirecta</p>	

Fuente: Elaboración propia

2.2.4 Tipología del mercado.

El tipo de competencia del Spa Cuerpo y Mente MARIPAU es la “Competencia perfecta” según Méndez, M., & Silvestre, J. (1989) es la situación de mercado que se produce cuando existen infinitos competidores en el mercado ofreciendo sus productos: Por lo tanto, ninguna empresa tiene poder para manipular o establecer los precios de los bienes y servicios.

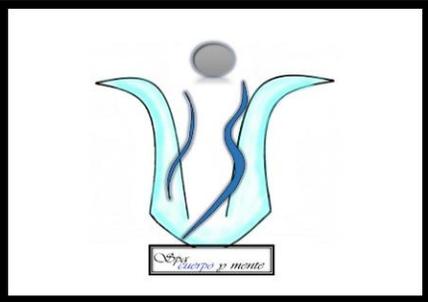
Asimismo, existe mucha demanda del producto, lo que hace que ningún comprador tenga influencia importante y decisiva sobre la fijación del precio del mercado, por tanto se incide que a pesar que en Ibagué existen diferentes empresas que brindan servicios similares, no se cuentan como competencia directa ya que no sustituye la principal necesidad que es la mejora en la salud mental a través de las técnicas del *neurofeedback* y los beneficios que brindan los servicios de Spa, con el fin de unificar dichas atenciones en un lugar que brinde confort, con atención de calidad y llevado a cabo por profesionales.

2.3 PROPUESTA

A continuación, se procede a describir la propuesta del proyecto, definiendo el servicio que se brindara en el Spa cuerpo y mente MariPau S A S

2.3.1 Descripción del producto

Tabla 9 Descripción del producto

Spa Cuerpo y Mente MARIPAU S.A.S	
Denominación del servicio	Servicio encaminado en el mejoramiento de la salud mental y cuidado físico.
Marca	Spa cuerpo y Mente MariPau S.A.S
Logo	
Descripción del servicio	Servicios de relajación con el uso del Neurofeedback técnica innovadora en el campo psicológico, sin dejar de lado el aspecto físico, mejorando así la salud mental y física en la ciudad de Ibagué- Tolima

	<p>Ofrecer servicios de relajación con el uso del <i>Neurofeedback</i>, masajes relajantes, aromaterapia, yoga, quiropráctico, entre otras. Para el mejoramiento de la salud mental, la ansiedad y el estrés de las personas.</p>
--	---

Fuente: Elaboración propia

2.3.2 Ventaja Competitiva

Según Michael E. Porter en su libro *Ventaja Competitiva: Creación y sostenimiento de un desempeño superior* (1990) define la Ventaja competitiva como el aspecto esencial del desempeño en los mercados competitivos, la cual proviene del valor que una empresa logra crear para sus clientes, esto puede traducirse en precios más bajos que los de los competidores, u ofrecer beneficios especiales que compensan con creces un precio elevado, existen dos tipos de ventaja competitiva.

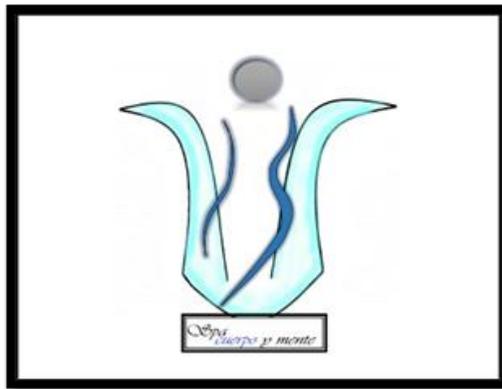
El liderazgo en costos: La organización pretende convertirse en el fabricante de costo más bajo de la industria, atendiendo a más segmentos y con un ámbito más extenso.

La diferenciación: La compañía intenta distinguirse dentro de su sector industrial, escoge uno o más atributos importantes y adopta un posicionamiento especial para atender dichas necesidades. Cada empresa tiene sus propios medios para diferenciarse, puede ser por: su producto, sistema de entrega, método de venta.

Con lo anterior el SPA CUERPO Y MENTE MARIPAU cuenta con la ventaja competitiva basada en la diferenciación ya que se incluyen dos servicios que funcionales, en un solo lugar, siendo más accesible y beneficioso para los clientes.

2.3.3 Imagen Corporativa

Ilustración 21 Imagen Corporativa



Fuente: *Elaboración Propia*

2.4 MERCADO DISTRIBUIDOR

El mercado distribuidor Spa Mental Cuerpo y Mente Maripau S.A.S. Se basa en una distribución directa, a continuación, se describirá el canal de distribución y los tipos de publicidad y promoción seleccionados para la empresa.

2.4.1 Canal de distribución.

Canal de distracción directa: Este canal no tiene intermediarios; al ser un servicio se tendrá contacto directo con el cliente, primando la atención y calidad en los tratamientos que se ofertan, de igual manera se usarán diferentes estrategias de marketing que permitirán que la información del servicio se distribuya entre la comunidad para así lograr impactar mayor número de clientes.

2.4.2 Publicidad y promoción.

Para el lanzamiento de la empresa, se hará una campaña de expectativa, la cual se creará una página web y se hará uso de diferentes redes sociales (Facebook, Instagram, Cuñas radiales, etc.) para saturar las redes, dando a conocer el servicio que esta presta, las cuales brindarán la información necesaria para que los clientes conozcan la empresa, su filosofía institucional su misión, su visión y las políticas de calidad que allí se manejarán. También se realizará la creación de un logo el cual será el elemento que representará a la empresa.

SPA CUERPO Y MENTE MARIPAU Realizará el diseño de unas tarjetas corporativas para hacerlas circular en alianza con: universidades, tiendas naturistas, comercializadores de productos para belleza y peluquerías los cuales son puntos estratégicos para poder atraer a los clientes.

Para el crecimiento de la empresa se harán anuncios por emisoras radiales de la ciudad, también se contará con publicidad pagado mediante Facebook e Instagram la cuales son redes sociales de gran impacto, para que de esta forma se abarcará el mayor nicho de mercado posible.

El servicio mostrará un modelo de imagen impecable al público, que represente el compromiso que tiene la empresa con el cuidado de la salud mental y física, la prestación de un servicio óptimo y de calidad para los usuarios y clientes.

Tabla 10 Publicidad y promoción

Publicidad	Tipo de publicidad	Precio
Promoción	Anuncio en Facebook – Durante 30 días	\$ 130.000
Promoción	Anuncio en Instagram – Durante 30 días	\$ 140.000
Promoción	Tarjetas de presentación – 1.000 tarjetas a full color, en las cuales se describan los servicios que se brindaran mediante un diseño fresco y llamativo, con información para prestar la atención a los clientes.	\$ 180.000

Promoción	Cuñas radiales – Durante 30 días, en el cual se anunciara en la mañana todos los días y se regala un bono de redimible para un paquete, esto con el fin de que la empresa se dé a conocer y ser partícipes de eventos que son representativos en la ciudad.	\$ 250.000
Total:		\$ 700.000

Fuente: *Elaboración Propia*

3. ESTUDIO TECNICO

En el siguiente capítulo se estudia los factores limitantes del proyecto, y las alternativas con las que se cuentan para la instalación del Spa.

3.2 TAMAÑO DEL PROYECTO

A continuación, se describe las dimensiones del proyecto y las características tenidas en cuenta para la implementación y el desarrollo del mismo.

3.2.1 Factores limitantes del proyecto.

Entre los limitantes que se pueden presentar a la hora de implementar el proyecto es que con base al DECRETO 2171 DE 2009 (junio 10), Reglamentado parcialmente por la Resolución del Min. Protección 1618 de 2010, Derogado por el art. 20, Decreto Nacional 554 de 2015. Por medio del cual se señalan medidas aplicables a las piscinas y estructuras similares de uso colectivo y de propiedad privada un habitacional y se dictan otras disposiciones, se debe contar con normativas específicas para la construcción de construcción similares entre los cuales los Spa se debe tener en cuenta las disposiciones de seguridad, calidad de agua y buenas prácticas sanitaria y disposiciones específicas para su construcción, las cuales deben ser tenidas en cuenta dentro de los planos del proyecto. (Ministerio de la protección social, 2009), es por ello que se deben contar con especificaciones para la construcción de la edificación ya que de estas dependen que el proyecto obtenga las los permisos de secretaria de salud.

3.3 LOCALIZACIÓN

El Spa cuerpo y mente MariPau estará ubicado en la ciudad de Ibagué En la calle 60 entre Guabinal y Ambala, comuna 4, diagonal al centro comer la Estación

Ilustración 22 Mapa Geográfico de Ibagué



Fuente: Google Maps

3.3.1 Factores de localización.

Tabla 11 Factores de localización

Factores de localización	Descripción
Parqueadero	Es importante para el Spa contar con un lugar destinado para el parqueo de los clientes y usuarios brindando comodidad y seguridad.
Ubicación	Se debe instalar en un lugar comercial, para facilitar el acceso de los clientes, siendo visto por las personas de Ibagué.
Proveedores	Debe contar con facilidad para acceso a proveedores, para así tener disponibilidad de

	los insumos y materias primas para el servicio.
Terreno	Debe ser amplio, con buena visibilidad y un suelo firme para la construcción de la edificación.
Servicios	Para los Spa es indispensable tener servicios de la mejor calidad y con disposición todo el tiempo, debido a que es un ítem propuesto dentro de la 2263 de 2004 propuesta por el Ministerio de Protección de Colombia.
Transporte	Para la mano de obra y el desplazamiento de los clientes es esencial que cuente con vías de acceso en buen estado y con rutas de transporte.

Se tomará en cuenta la distribución, funcionalidad, estética y diseño de las instalaciones que optimicen la distribución eficiente entre cada una de sus áreas, con el fin de contar con condiciones de trabajo aceptables. Dada la magnitud del terreno disponible para la instalación del proyecto, se proponen las dimensiones de cada una de sus áreas, que en conjunto permitan la operación más económica y eficiente para aprovechar de la mejor manera posible los espacios y recursos, manteniendo a su vez las condiciones óptimas de seguridad y bienestar, para quienes hagan uso de ellos.

Tabla 12 Factores de localización

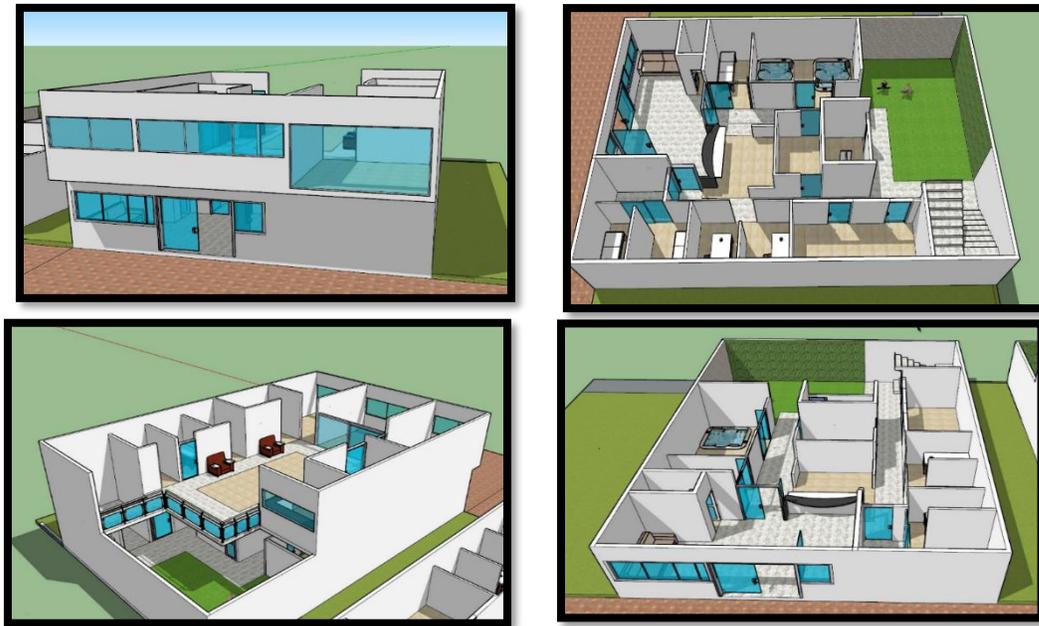
Numero	Áreas
2	Sala de Neurofeedback
1	Yoga
2	Aromaterapia
4	Masajes Relajantes
1	Quiropráctico
2	Sala de faciales
1	Circuito Hidráulico
1	Tanque de aislamiento sensorial

Fuente: *Elaboración Propia*

Para la instalación de un Spa en el que se brindarán servicios de terapias de *NeuroFeedback*, masajes relajantes, zona de esparcimiento entre otros servicios; se dispone de un terreno de 16 x

70 m ubicado en la calle 60 entre la avenida Ambala y Guabinal diagonal al centro comercial la estación.

Ilustración 23 Alternativas de Localización



Fuente: Elaboración propia

El Spa Cuerpo y Mente Maripau S.A.S cuenta con las siguientes alternativas de localización en la ciudad de Ibagué estas son:

- Calle 60 con Av, Ambala diagonal al centro comercial la Estación
- Calle 118, frente a la finca Arabia, cerca de Surtiplaza, lote que conecta la Avenida quinta, y la avenida Ambala.
- Villa Restrepo frente a Restaurante Pastales.

3.3.3 Ponderación de factores.

Ilustración 24 Ponderación de factores

Factores de localización	Coefficiente de ponderización
Parqueadero	0,2
Ubicación	0,1
Proveedores	0,2
Terreno	0,2
Servicios	0,2
Transporte	0,1
Puntaje Final	1

Fuente: Elaboración Propia

De acuerdo a la ponderación de la tabla el proyecto estará ubicado en Ibagué- Tolima en el centro-occidente de Colombia, sobre la Cordillera Central de los Andes entre el Cañón del Combeima y el Valle del Magdalena, en cercanías del Nevado del Tolima. Es la capital del departamento de Tolima. Por ser una ciudad capital, alberga la Gobernación del Tolima, el Palacio de Justicia, el Palacio Municipal, la Asamblea Departamental, la Fiscalía General de la Nación, y es el principal epicentro político, industrial, comercial, cultural, financiero y turístico del departamento.

La micro localización del proyecto se refiere al espacio físico donde se desarrollarán todas las actividades propuestas. Para la selección del lote y el diseño del Spa, se debe tener en cuenta principalmente el Plan de Ordenamiento Territorial (POT), que es la norma que define cómo puede la ciudad hacer uso de su suelo y dónde están las áreas protegidas, en qué condiciones se puede ubicar vivienda, actividades productivas, culturales y de esparcimiento. Al igual se tiene en cuenta la expansión del terreno, servicios, transporte y cercanía del sector seleccionado por tanto una de las mejores opciones a partir de la tabla realizada es la Calle 60 con Avenida Ambala en la medida que es una zona comercial la cual cuenta con servicio de transporte, es cercano, visible al público y cuenta con un espacio que cumple con las características anteriormente mencionadas.

3.3.4 Análisis de cada factor Vs Alternativas.

Tabla 13 Análisis de cada factor Vs Alternativas

Análisis de cada factor Vs Alternativas	
Análisis	
Calle 60 con Avenida Ambala Frente al Centro comercial la estación.	
Parqueadero	La calle 60 cuenta con parqueaderos amplios como el del centro comercial la estación, el vivero, ara, con buena seguridad, y de diferentes presupuestos.
Ubicación	Cuenta con buenas vías de acceso como la avenida Guabinal, avenida Ambala, Calle 60.
Proveedores	Pueden ingresar sin ningún inconveniente, y llegar al lugar en transporte público, particular, o en el medio de transporte que utilicen.
Terreno	Cuenta con variedad de terrenos en este sector

Servicios	En este sector todos los servicios funcionan de manera excelente
Transporte	Tiene buen transporte ya que, por estar en medio de dos avenidas principales, transitan diversas
Calle 118.Frente a finca arabia. Lote que conecta 2 avenidas principales	Análisis
Parqueadero	Calle 118.Frente a finca arabia. Lote que conecta 2 avenidas principales cuenta con buen espacio son amplios con buena seguridad, y de diferentes presupuestos.
Ubicación	Cuenta con buenas vías de acceso
Proveedores	Pueden ingresar sin ningún inconveniente, y llegar al lugar en transporte público, particular, o en el medio de transporte que utilicen.
Terreno	Cuenta con variedad de terrenos en este sector
Servicios	En este sector todos los servicios funcionan de manera excelente
Transporte	Cuenta con buen transporte ya que conecta con dos vías principales como lo son la carrera quinta y Ambala
Villa restrepo, Frente de restaurante Pastales.	Análisis
Parqueadero	Villa restrepo cuenta con pocos parqueaderos
Ubicación	Cuenta con buenas vías de acceso, pero retirada de la ciudad de Ibagué
Proveedores	Pueden ingresar sin ningún inconveniente, y llegar al lugar en transporte público, particular, o en el medio de transporte que utilicen.
Terreno	Cuenta con poca variedad de terrenos en este sector
Servicios	En este sector todos los servicios funcionan de manera excelente
Transporte	Cuenta con poco transporte público para llegar al lugar

Fuente: Elaboración Propia

3.4.5 Calificación.

Ilustración 25 Calificación

Alternativas							
Factores de localización	Coeficiente de ponderización	Calle 60 con Avenida Ambala Frente al Centro comercial la estación.		Calle 118.Frente a finca arabia. Lote que conecta 2 avenidas principales		Villa restrepo, Frente de restaurante Pastales.	
		P. As	P. acm	P.AS	P.acm	P. As	P.acm
Parqueadero	0,2	8	1,6	7	1,4	6	1,2
Ubicación	0,1	8	0,8	8	0,8	6	0,6
Proveedores	0,2	8	1,6	8	1,6	7	1,4
Terreno	0,2	9	1,8	7	1,4	6	1,2
Servicios	0,2	8	1,6	8	1,6	7	1,4
Transporte	0,1	8	0,8	8	0,6	4	0,4
Puntaje Final	1		8,2		7,4		6,2

Fuente: Elaboración Propia

3.3.6 Toma de decisión.

La decisión final del lote que mejor se adapta a las necesidades y requerimientos necesarios para la implementación y desarrollo del SPA CUERPO Y MENTE MARIPAU es el de la Calle 60 con Avenida Ambala, este lote cumple con la ubicación necesaria que es sobre la línea de los centros comerciales, adicional a ello cuenta con el área propuesta en los planos, permitiendo con ello un lugar amplio y que brinde confort para los clientes y las actividades del Spa.

3.4 INGENIERIA DEL PROYECTO

Se describen las materias primas, insumos, maquinaria y elementos que se requieren para brindar los servicios propuestos.

3.4.1 Materias primas, materiales e insumos

Ilustración 26 Materias primas, materiales e insumos



Fuente: <https://www.google.com/search?q=cremas+y+aceites+para+masajes>

Características técnicas: Finos aceites vegetales extraídos de semillas de uva y girasol que hidratan y alimentan la piel, brindando placer y bienestar.

Enriquecidos con vitamina E y caléndula. Sin aceite mineral, Sin colorantes artificiales. Calidad exportación Alto rendimiento en cabina Aceites. No deja exceso en la piel Notas: Uva Cava, Bellini, Baileys Café, Champaña y fresas, Tropical, Frutos Rojos, Vainilla, Bambú, Chocolate

Ilustración 27 Crema nativa



Fuente: <https://www.oboticario.com.co/nativa-spa-crema-hidratante-para-manos-pitaya-75g-4743/p>

Características técnicas: cuenta con el poder de hidratación del aceite 100% puro de gotas purificadas de quinoa; (considerada la semilla de la belleza), ya que ofrece innumerables beneficios: hidratación profunda, aumento de la producción de colágeno y prevención de la pérdida de elasticidad de la piel. Ésta, trae micro cápsulas de la fragancia que estallan en el transcurso del día, intensificando el aroma en la piel.

Ilustración 28 Crema Vadanantaka



Fuente: <https://articulo.mercadolibre.com>

Características técnicas: Vedanantaka Balm es un bálsamo ayurvédico formulado especialmente para aliviar el dolor muscular y el espasmo, dolor artrítico, esguince, el dolor de espalda, la espondilitis y molestias musculares derivadas de la actividad deportiva.

Ilustración 29 Mascarilla Facial



Fuente: <https://skinperfect.com.co/>

Características técnicas: Mascarilla Facial, su alto contenido en Azufre y Calcio, hace que esta mascarilla brinde una acción purificante y controladora de grasa, además de brindar claridad en la piel.

Ilustración 30 Mascarilla de café



Fuente: <https://skinperfect.com.co/>

Características técnicas: Mascarilla que, gracias a su contenido de alúmina, sílice, cobre y demás oligoelementos, aportan a la piel elasticidad, resistencia y nutrición, reparándola y regenerándola

Ilustración 31 Mascarilla lodo gris



Fuente: <https://skinperfect.com.co/>

Características técnicas: Mascarilla de cenizas volcánicas, su alto contenido en Carbono la convierte en un excelente capturador de toxinas. Es drenante y desintoxicante

Ilustración 32 Esencias para Jacuzzi



Fuente: <https://www.hiperspa.es/>

Características técnicas: Las esencias mejorarán tu experiencia en tu spa jacuzzi gracias a la Aromaterapia que además de proporcionar un baño más relajante, aumentan la hidratación de la piel, calman los dolores musculares y alivian la tensión y el estrés. En definitiva, las esencias para spa aportan un factor des estresante que mejorará tu vida diaria.

Ilustración 33 Diadema Facial



Fuente: <https://listado.mercadolibre.com.co/>

Características técnicas: Amplia gama de aplicaciones: es conveniente durante facial, limpieza facial, el tiempo en la ducha o aplicar el maquillaje. Un gran producto para el negocio de spa. También puede ser para uso personal mientras toma una ducha u otras actividades.

Ilustración 34 Gorros



Fuente: <https://articulo.mercadolibre.com.co/>

Características técnicas: Borde elástico que no ejerce presión tela no tejida. 100% desechable talla única, color blanco

Ilustración 35 Camilla



Fuente: <https://articulo.mercadolibre.com.co/>

Características técnicas: Camilla de masajes está fabricada con maderas duras y dispone de 2 secciones completas de acolchado de alta densidad de lujo para garantizar una experiencia de masaje más cómoda. Este paquete de camilla de masaje incluye un kit de accesorios estándar con un reposa brazos adelante, un cabezal para el rostro ajustable y extraíble, almohadilla para el cuello para el rostro, y extensores laterales, portal para el rostro extraíble/integrado.

Ilustración 36 Aromaterapias Almohadas



Fuente: *Articulo MercadoLibre*

Características: Contiene 4 productos que te proporcionan una terapia completa para tu bienestar, salud y relajación. Top Body para hombros y cuello, Spine para abdomen y espalda baja, Eye cover para área de los ojos, dolor de cabeza, migraña e insomnio y el Mint Pillow te ayuda a despejar las vías respiratorias, ideal para alergias, gripes y ronquidos.

Ilustración 37 Juego completo de Yoga



Fuente: *Articulo MercadoLibre*

Características técnicas: Juego completo de yoga, 7 piezas que incluye tapete de yoga bloques correa juego de toallas y bolsa de transporte, 1 tapete de yoga bettergrip tiene superficies texturadas de doble cara para ofrecerte la experiencia de yoga más cómoda y antideslizante posible el tapete con un grosor adicional de 024 pulgadas protege las articulaciones sin comprometer el apoyo o la estabilidad y por su longitud de 72 pulgadas y su anchura de 251 4 pulgadas es más amplio que la mayoría de los otros tapetes de yoga.

Ilustración 38 Muebles de oficina



Fuente: <https://decoraciondeoficina.com>

Características técnicas: Armarios de oficina Cajoneras de Oficina Decoración de Oficinas en Madrid Estanterías de Oficina Mamparas de oficina de cristal Mesas de dirección Mesas de oficina clásicas Mesas de oficina modernas Mesas de reunión Mesas operativas Sillas de dirección Sillas de oficina ergonómicas Sillas operativas

3.4.2 Tecnología.

En el SPA CUERPO Y MENTE MARIPAU se requiere contar con equipo tecnológico para implementar el servicio de NeuroFeedback, estos equipos son:

Tabla 14 Tecnologías

TECNOLOGIA NEUROFEEDBACK		
		
<p><i>Fuente: Visión integral / https://www.visionintegral.org/productos/34-kit-de-inicio-neurofeedback.html</i></p>		
Equipo	Descripción	Precio
Equipo de estimulación de luz y de sonido Laxman	Trabaja en principios simples y naturales induciendo en el cerebro frecuencias de luz y sonido que regulan la actividad eléctrica generando estados de bienestar.	3.332.000,00

<p>BioExplorer Software</p>	<p>Es un software flexible y profesional para la medición, grabación y reproducción de mediciones fisiológicas en tiempo real, te permite diagnosticar, entrenar e investigar la actividad eléctrica cerebral utilizando tus propios modelos para el análisis y la medición.</p>	<p>\$2.380.000,00</p>
<p>Neurobit Optima Plus 4 Canales</p>	<p>Es un equipo avanzado portátil para la medición de señales fisiológicas basado en el registro y en el análisis automático de la actividad eléctrica del cerebro como ondas cerebrales, y de los potenciales eléctricos que acompañan a cualquier actividad del cerebro.</p>	<p>\$7.140.000,00</p>
<p>Casco transcraneal infrarojo Alpha</p>	<p>El Vielight Alpha es un innovador dispositivo basado en Biofoto Modulación y diseñado para mejorar el flujo sanguíneo cerebral y la función cerebral, el Neuro Gamma proporciona una luz NIR de 810 nm, pulsada a una oscilación gamma de 10 Hz. Los beneficios potenciales de las ondas gamma aumentadas son una mayor calma, disminuyendo la ansiedad y los niveles de estrés.</p>	<p>\$7.735.000,00</p>
<p>Curso Básico de Neurofeedback</p>	<p>Conocimientos básicos sobre el neurofeedback.</p>	<p>\$195.000</p>

NuPrep	Su fórmula abrasiva suave mejora la conductividad y ayuda a lograr la máxima eficiencia con su equipo. Para lograr trazados de calidad, la preparación adecuada de la piel en el sitio del electrodo es crucial.	\$80.000,00
Ten20 8Oz	Es un elemento básico para técnicos expertos en todo el mundo que han llegado a confiar en su equilibrio óptimo de adhesividad y conductividad. No tóxico	\$100.000,00
Electrodos	Electrodo UltraLast copa de oro moldeado con cable de alta resistencia, hechos con alambre reforzado Kevlar increíblemente fuerte y de alto rendimiento, contienen un disco de 9mm y cables simples de 4pies (cada juego de electrodos trae 5 electrodos)	440.300,00
Total:		\$21.681.800,00

Fuente: *Elaboración Propia*

Tabla 15 Tecnología Spa

TECNOLOGIA SPA		
Equipo	Descripción	Precio
Jacuzzi Antares	4 o 6 Personas 2.10 x 2.10 x .86	\$ 12'850.000 c/u

	<p>8 Hidro – Masajes,10 Aero – Masajes, Luz L.E.D 7 Colores, calentador Eléctrico 8 KW,planta tratamiento de agua, tablero control, mezclador de llenado, estructura auto portante, madera Teca 4 costados</p>	
<p>Masajeador portátil Percussion Action Plus</p>	<p>Perfecto para un masaje profundo en todo el cuerpo. Es ideal para masajear los músculos y pantorrillas, hombros y espalda adoloridos. Su mango ergonómico y versátil es perfecto para permitirte masajear cualquier zona sin complicaciones. Podrás disfrutar de un potente masaje de percusión y relajarte gracias a las 3.100 pulsaciones que realiza por minuto.</p>	<p>\$249.000 c/u</p>
<p>Cojín Masajeador</p>	<p>Suave, bolas de masaje elásticos con la función de calefacción cuando la almohada es movimiento positivo masajeador de cabeza puede ser dirigido hacia la derecha o hacia la izquierda</p>	<p>\$84.900 c/u</p>

MLX-Limber	Posee un número infinito de opciones de ajuste, también ofrece una posición modificada que brinda bienestar y comodidad, facilitando cualquier trabajo que se requiera.	\$25.000.000 c/u
Masajeador eléctrico facial	Cepillo de limpieza Facial masajeador de cara y cuerpo eléctrico multifunción 12, con esponja de limpieza de la piel	\$30.000 c/u
Difusor Aroma	Aromaterapia Difusor: Eficaz en difundir el aroma sin calor. Terapéutico y saludable. Purificadores de Aire: Los iones negativos eliminan partículas tan pequeñas como 0,01 micras, tales como contaminantes, bacterias, polvos finos, humos y virus que no pueden ser removidos por filtro purificador de aire.	\$78.000 c/u
Total:		\$ 38.291.900

Fuente: *Elaboración propia*

3.4.3 Mano de obra.

Tabla 16 Mano de Obra

Cantidad	Profesional	Descripción
2	Psicólogos especialistas en NeuroFeedback	Terapia de Neurofeedback (biorretroalimentación y entrenamiento cerebral) Terapia de Biofeedback (entrenamiento corporal de respuestas fisiológicas de: (respuestas musculares, frecuencia cardiaca, frecuencias respiratorias, electroencefalograma, respuesta muscular, sudor, respuesta electro dérmica)
1	Quiropráctico	Realizan ajustes (manipulaciones) de la columna vertebral u otras partes del cuerpo. El objetivo es corregir problemas posturales (de postura del cuerpo), aliviar el dolor y asistir la

		capacidad natural del cuerpo de curarse a sí mismo.
5	Masajistas relajantes	<p>El masaje relajante está especialmente indicado para todos aquellos que buscan un estado de tranquilidad y descanso.</p> <p>Mediante movimientos lentos y con una presión firme y progresiva se descontracturan los músculos y se consigue una sensación de relax.</p> <p>También favorecen la circulación, calman los nervios y, además, despejan la mente.</p>
1	Yoga terapéutico	<p>El Yoga Terapéutico es una práctica principalmente enfocada en recuperar la salud a nivel físico, mental, emocional y energético. Las diferentes técnicas del yoga nos aportan</p>

		<p>herramientas y recursos para restaurar el equilibrio, mediante un proceso de sensibilización corporal, relajación y auto observación, con el fin de recuperar la vitalidad.</p>
2	Masajistas faciales	<p>Abarca un conjunto de técnicas basadas en manipulaciones manuales sobre el cutis con el propósito de que los tejidos cutáneos dérmicos y musculares conserven por el mayor tiempo posible su elasticidad y firmeza, y dar de esta forma al rostro una apariencia juvenil y hermosa</p>
2	Profesionales en aromaterapia	<p>Se llama aromaterapia al tratamiento de enfermedades con aceites extraídos de las plantas, los cuales son muy concentrados y contienen las sustancias que dan olor característico a éstas. Los practicantes de esta técnica afirman que los aceites esenciales, como se les</p>

		llama, tienen propiedades medicinales bien definidas
--	--	--

Fuente: Elaboración propia

3.4.4 Proceso productivo.

Producto o Servicio: Servicio

Características: Spa Mental y Corporal con espacios verdes y zonas de esparcimiento y recreación para los clientes y sus familiares, tecnología de última clase y especialistas interdisciplinarios brindando calidad y servicio.

Uso o destino: Uso

Sector: de acuerdo al CLASIFICACIÓN INDUSTRIAL INTERNACIONAL UNIFORME

DE TODAS LAS ACTIVIDADES ECONÓMICAS CIIUU el código es: 869 – 960

El servicio que brinda el SPA CUERPO Y MENTE MARIPAU consiste en:

Prestación de servicios de servicios psicológicos como el neurofeedback combinando las técnicas del spa, buscando la reducción del estrés, potenciando las capacidades básicas.

-Recibimiento del cliente: En la recepción se contará con una persona encargada de atender a los clientes, encargándose de brindarles la información y agendando el servicio que necesitan

-Atención primaria de acuerdo a la cita que requiera: Dependiendo del tipo de servicio que requiera el cliente se le brinda atención primaria revisando cuales son las necesidades y los tratamientos que se ajusten a dicha necesidad

- Inicio de tratamiento: Se da inicio al tratamiento que requiere el cliente, implementando las técnicas necesarias.

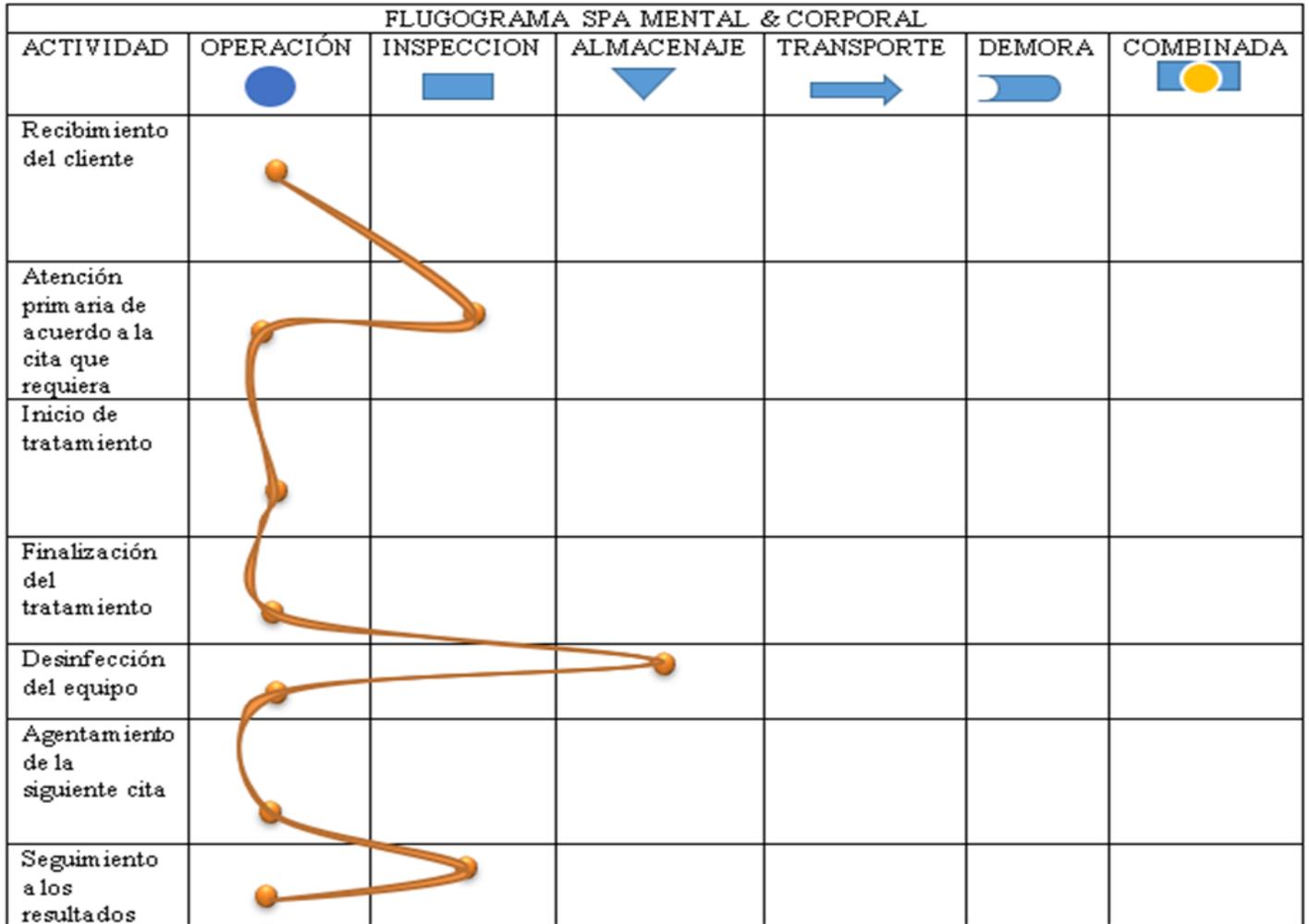
-Finalización del tratamiento: Se termina el servicio, y se le dan las recomendaciones finales al cliente.

-Desinfección de los equipos usados: Al terminar cada servicio se procede a realizar la desinfección de los equipos usados.

-Agendamiento de la siguiente cita: En la recepción se programa la cita con el cliente de acuerdo a la disponibilidad y atención que se requiera.

-Seguimiento a los resultados: Se llama al cliente una semana después de haber hecho uso de nuestros servicios para verificar el proceso y los resultados obtenidos.

Ilustración 39 Flujograma



3.5 DISTRIBUCIÓN DE LA PLANTA

3.5.1 Dependencias.

El proyecto se divide en 2 áreas, el área administrativa y el área de servicios.

3.5.2 Áreas de dependencia.

- Área administrativa: Se encargará de asegurar el buen funcionamiento de la empresa realizando labores administrativas, tales como archivar, planificar y coordinar las actividades generales de la oficina, hacerse cargo de tareas relacionadas con Recursos Humanos, tales como encargarse de la nómina, selección de personal y la logística del Spa.

Algunas de las funciones que esta área desempeñara son:

- Llevar a cabo seguimientos y mantener buenas relaciones con los clientes.
- Redactar y entregar documentos a clientes que soliciten información y realizar el debido seguimiento.
- Asegurar que los tratamientos sean finalizados de acuerdo con el tiempo establecido y con las normas e implementos adecuados
- Encargarse de la coordinación general de la oficina y resolver cualquier problema o requerimiento administrativo.
- Solicitar y acordar la reparación y mantenimiento de los equipos.
- Solicitar nuevos suministros y hacerse cargo del inventario, reemplazando materiales y equipos cuando sea necesario.
- Realizar reportes de gastos.
- Mantener su área de trabajo limpia y ordenada

-Área de servicios: Tiene como función principal la realización de los procedimientos relacionados con el servicio de *neurofeedback* y de relajación, brindando la mejor atención al cliente.

Algunas de las funciones que esta área desempeñara son:

- Brindar un servicio de calidad, siguiendo los procedimientos para el proceso de cada tratamiento.
- Capacitarse continuamente sobre los procedimientos que realizan para estar siempre a la vanguardia de las tendencias y actualizaciones.
- Informar al cliente sobre el procedimiento que se realizará siendo claros con los equipos y técnicas que se usaran.
- Cuidar del equipo e implementos del Spa
- Desinfectar los equipos cada vez que se finalice cualquier procedimiento
- Respetar las normas de convivencia y laborales
- Mantener limpia y ordena su área de trabajo

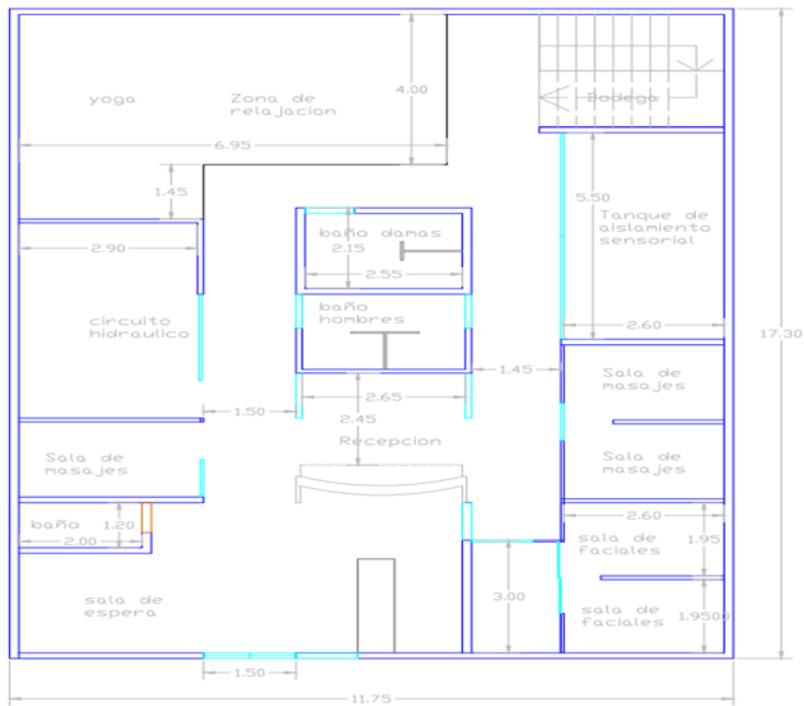
3.5.3 Relación de proximidad.

Teniendo en cuenta los procesos que se realizan en el SPA CUERPO Y MENTE MARIPAU, al tener una serie de servicios específicos en los cuales cada paquete viene definido con el servicio que se incluye según lo que el cliente requiera, se cuenta con una distancia entre 1.50 m

a 4.5 m máximo de distancia entre una sala a otra teniendo en cuenta que en el primer piso están los siguientes servicios: yoga, sala de masajes faciales, sala de masajes relajantes, circuito hidráulico y tanque de aislamiento sensorial, en el segundo: masaje relajantes, masaje localizados, sala de *neurofeedback*, aromaterapia y quiropráctico, con lo anterior se puede decir que existe una relación equidistante debido a la cercanía que existe de un punto a otro, lo que facilita el proceso que se realiza con cada cliente y permitiendo el que el personal se desplace de una forma más rápida.

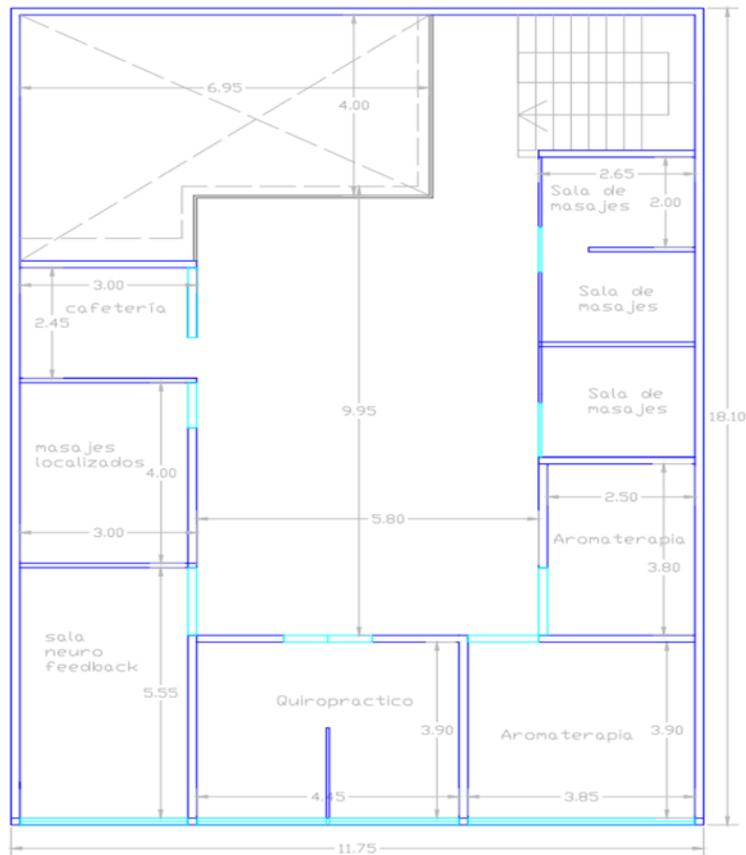
3.5.4 Plano de distribución.

Ilustración 40 Plano 1 piso



Fuente: Elaboración *Propia*

Ilustración 41 Plano 2 piso



Fuente: *Elaboración Propia*

4.ESTUDIO ORGANIZACIONAL

En este capítulo se expone la parte organizacional del proyecto, siendo esta un factor importante para la constitución de la empresa y el orden jerárquico de la misma

4.1 Direccionamiento estratégico

4.1.1 Visión.

La visión de Spa cuerpo y mente MariPau es la siguiente:

En el año 2025 se espera que el “SPA CUERPO Y MENTE MARIPAU sea una empresa líder en el cuidado corporal y mental, innovando en la inclusión de y tecnologías de *NeuroFeedback*, tales como camas funcionales, y elementos básicos para su aplicación, buscado que el Spa sea reconocido a nivel municipal por prestar un servicio especial, basado en calidad, innovación y estética, en la ciudad de Ibagué manifestando a través de las experiencias y calificación recibidas por parte de los clientes.

4.1.2 Misión.

La misión de Spa cuerpo y mente MariPau es la siguiente:

Ser una empresa dedicada y comprometida a ofrecer un espacio relajante, tranquilo y medicinal para mejorar la calidad de vida de nuestros clientes, reparando el bienestar físico, espiritual y emocional brindando servicios de masajes corporales, limpiezas faciales, con el uso del Neurofeedback respaldados por un talento humano calificado, Con profesionales competentes y éticos, satisfaciendo las necesidades de los clientes, que día a día aumento su área de servicios, contribuyendo a la mejora de la salud mental de la población y brindado desarrollo a través de la generación de empleos en el municipio.

4.1.3 Políticas de la empresa.

- El servicio que brindamos es personalizado adaptados a las necesidades de cada uno de nuestros clientes.
- Nuestros empleados poseen una marcada vocación de servicio, con un trato amable, y buena disposición para satisfacer los clientes.

4.1.4 Estructura Organizacional.

Ilustración 42 Estructura Organizacional



Fuente: *Elaboración Propia*

4.1.5 Valores Corporativos.

- Respeto: Escuchamos, entendemos y valoramos, al otro buscando armonía, en las relaciones interpersonales, laborales y operacionales.
- Innovación: Continua de nuestras estrategias y de nuestros métodos de trabajo
- Confianza: En que realizamos nuestras labores de la mejor manera, con la finalidad de satisfacer a cada uno de nuestras clientes
- Responsabilidad: Regirnos en principios éticos y apegados a las normas corporativas
- Puntualidad: Con los resultados, solicitados por nuestros clientes
- Calidad: En todos los ámbitos de cada uno de los proyectos que realicemos
- Trabajo en equipo: Tener una mentalidad abierta y dinámica alineada con la misión y visión del Spa
- Seguridad: protección de los principales activos, el recurso humano, los bienes, la imagen de la compañía y la información sensible
- Humildad: Promovemos un dialogo franco y abierto al liderazgo

4.2 CONTEXTO LEGAL

Se definen las características legales de la empresa y principales leyes a las cuales se debe regir para su funcionamiento.

4.2.2 Tipo de empresa

Teniendo en cuenta las diferentes formas jurídicas y sus principales características, la forma jurídica que más adecua a la constitución del proyecto, es una sociedad por acciones simplificada, la cual se desarrolla por medio de contrato privado que debe tener registro mercantil por los participantes, de igual manera la responsabilidad depende del monto de sus aportes, además de responder por las obligaciones normativas.

La estructura de la sociedad por acciones simplificada es más flexible para la realización de negocios, posee una mayor facilidad para contar con apoyo de fondos de capital de riesgo y capital semilla, adicional a esto es posible diferir el pago del capital hasta por un plazo máximo de dos años, sin que se exija el aporte de ningún monto específico mínimo inicial, existe libertad para que la sociedad establezca las condiciones y proporciones en que se realice el pago del capital. La Sociedad por Acciones Simplificada, creada en la legislación colombiana por la ley 1258 de 2008, es una sociedad de capitales, de naturaleza comercial que puede constituirse mediante contrato o acto unilateral y que constará en documento privado.

El documento de constitución será objeto de autenticación de manera previa a la inscripción en el registro mercantil de la Cámara de Comercio, por quienes participen en su suscripción. Dicha autenticación deberá hacerse directamente o a través de apoderado. Cuando los activos aportados a la sociedad comprendan bienes cuya transferencia requiera escritura pública, la constitución de la sociedad deberá hacerse de igual manera e inscribirse también en los registros correspondientes. Una vez inscrita en el registro mercantil, formará una persona jurídica distinta

de sus accionistas. Para efectos tributarios, se rige por las reglas aplicables a las sociedades anónimas.

Tabla 17 Características de las sociedades por acciones simplificadas

Características de las sociedades por acciones simplificadas	
Constitución	Mediante contrato o acto unilateral que conste en
Situación jurídica	Situación jurídica Una vez constituida forma una persona jurídica diferente
Número de socios	Mínimo: 1 accionista Máximo: Ilimitado
Fondo social	Las acciones son libremente negociables, pero puede por estatutos restringirse hasta por 10 años su negociación.
Responsabilidad de los socios	Cada uno responde hasta el monto de sus aportes por las obligaciones sociales.
Negociabilidad de particiones	Las acciones y los valores que emita la sociedad no se negocian en bolsa de valores.

Razón social	Denominación de la sociedad, seguida de las palabras “sociedad por acciones simplificada”; o de las letras S.A.S
Administración	A cargo del representante legal
Funciones de los socios	Reunirse por lo menos una vez al año en la fecha que determinen los estatutos; evaluar y aprobar reformas estatutarias; examinar, aprobar o no los balances, disponer de las utilidades sociales, y de más funciones legales o establecidas en los estatutos.
Distribución de utilidades	Según disposición de la asamblea o lo establecido en los estatutos
Duración Indefinida	Duración Indefinida

Fuente: *Elaboración propia*

4.2.3 Instancias legales.

Aspectos legales

En relación a este tema la revista inclusión y desarrollo, mediante, edición No 2 – Año 2014 “El Estudio de las dinámicas socioeconómicas de cuatro aglomerados de microempresas en la ciudad de Bogotá” indica que (...)la principal condición para identificar la informalidad es la

inexistencia de Registro Mercantil; los otros cuatro aspectos que reconocen como relevantes para registrar dicha condición son: no llevar contabilidad, no hacer los aportes debidos a la seguridad social, no realizar los pagos de impuestos respectivos y no destinar recursos para los gastos en licencias o registro mercantil. p. 103. (Trujillo, Estudio de las dinámicas socioeconómicas de cuatro aglomerados de microempresas en la ciudad de Bogotá, 2014)

Por ello es vital importancia realizar la parte legal en cualquier proyecto, llevar la empresa una empresa formal, genera un posicionamiento en el mercado, generando contacto con potenciales compradores, alianzas con socios estratégicos, esto promueve los ámbitos de legalidad en el país y municipio.

Requisitos para apertura y funcionamiento de establecimientos estéticos y de belleza

Título 8 de la Ley 1801 de 2016, por la cual se expide el código nacional de policía y convivencia, así como en el Decreto 1879 de 2008.

Como parte de los requisitos de operación, el establecimiento deberá cumplir las normas sanitarias vigentes, que para este caso están relacionadas con dos tipos de servicios personales en belleza (No incluyen servicios de salud): los de peluquería (Estética ornamental) y los de estética.

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

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

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

Resolución 2827 de 2006: por la cual se adopta el Manual de bioseguridad para establecimientos que desarrollen actividades cosméticas o con fines de embellecimiento facial, capilar, corporal y ornamental (Peluquería).

Una vez abierto al público, el propietario o representante legal del establecimiento podrá solicitar visita higiénico sanitaria a la oficina de atención al medio ambiente de la Unidad de Servicios de Salud que tenga jurisdicción sobre la localidad, con el fin de otorgarle el concepto sanitario respectivo (Acevedo, 2018)

Tabla 18 Como construir una empresa en Colombia

¿Cómo constituir una empresa en Colombia?	
Paso 1.	Verificar la disponibilidad del nombre de la empresa ante la Cámara de Comercio
Paso 2.	Consultar la clasificación por actividad económica
Paso 3.	Elegir el tipo de sociedad que se va a constituir

Paso 4.	Realizar los trámites ante la Cámara de Comercio y la DIAN
Paso 5.	Verificar el estado del trámite ante las entidades
Paso 6.	Realizar los trámites ante la notaría pública de la constitución de la sociedad
Paso 7.	Todo tipo de sociedad comercial con menos de 10 trabajadores o hasta 500SMLV en activos fijos al momento de la constitución de la empresa no necesita escritura publica
Paso 8.	Obtener número de identificación tributaria (NIT) para impuestos del orden nacional.
Paso 9.	Abrir una cuenta bancaria y depositar el capital de la empresa
Paso 10.	Inscripción de los libros de comercio
Paso 11.	Inscribirse ante la Administración de Impuestos Distritales.

<p>Paso 12.</p>	<p>Obtener certificado de higiene y sanidad de la Secretaría Distrital de Salud.</p>
<p>Nota:</p>	<p>Los trámites ante Cámara de Comercio para el registro y la expedición de la matrícula mercantil; ante la Dian para la inscripción del RUT y la obtención del NIT, y en Notaría Pública para la constitución de la sociedad, son obligatorios. A menos que la empresa no alcance los 10 trabajadores y solo tenga hasta 500SMMLV en activos fijos al momento de su creación, pues en este caso, la escritura pública es innecesaria y, por consiguiente, el último trámite se descarta.</p>

Fuente: *Elaboración propia*

4.3PERSONAL

4.3.1 Matriz de personal.

Gerente: Sera el encargado de dirigir las actividades, tratamientos y productos ofertados. Llevará a cabo el control y formación del personal del área de Spa y realizará con autonomía y

responsabilidad el tratamiento mediante masajes en sus diferentes modalidades terapéuticas cuando sea requerido. Debe contar con mínimo de 5 a 8 años de experiencia en el cargo.

Funciones:

- Supervisar el centro de trabajo, sus instalaciones y las áreas de trabajo.
- Asistir a reuniones con la Dirección para la planificación de los servicios y planes de acciones.
- Reuniones para unificar criterios y aclarar objetivos y procedimientos.
- Trabajar en equipo con los demás, crear un buen ambiente e implicar a los compañeros en las tareas.
- Mantener contacto con los proveedores para la realización de pedidos de materiales.
- Elaboración del presupuesto y su correspondiente seguimiento.
- Control de recursos, productividad y costos.
- Diseñar y alcanzar promociones.
- Determinar estándares de calidad en los servicios.

Contador independiente: Será el encargado de diligenciar y mantener actualizada la contabilidad de la entidad, mantener al día los soportes contables, elaborar y presentar los estados financieros con sus correspondientes notas, al menos una vez al año, certificar los estados financieros, elaborar los informes requeridos por la administración o los responsables del gobierno de la entidad. Elaborar los informes que necesiten los entes de control, preparar las diferentes declaraciones tributarias requeridas por los entes de fiscalización nacional y territorial, expedir

certificaciones que se fundamenten en los registros contables. Debe contar con mínimo 2 años de experiencia en el cargo

Recepcionista: Será el responsable de ofrecer los servicios personalizados y efectivos, brindándole toda la información necesaria acerca de los servicios del SPA “Cuerpo y mente MariPau” y actividades dentro de la misma, garantizándoles los más altos estándares de confort. Debe contar con mínimo 1 año de experiencia en el cargo

Funciones

- Funciones principales
- Revisa y agenda las citas programadas en el SPA
- Promover la venta de servicios dentro del SPA
- Llevar a cabo todos los procedimientos establecidos sobre el cobro de servicios y manejo de efectivo

Asistir a los clientes ofreciendo una respuesta inmediata a sus necesidades, peticiones a través de un contacto y una atención personalizada, manteniendo en alta prioridad la salud, seguridad y bienestar.

Psicólogos NeuroFeedback: Realizaran entrenamiento corporal de respuestas fisiológicas de: (respuestas musculares, frecuencia cardíaca, frecuencias respiratorias, electro, electroencefalograma, respuesta muscular, sudor, respuesta electro dérmica). Debe contar con mínimo 2 años de experiencia en el cargo

Funciones

- Atención psicológica
- Formación de terapeutas
- Supervisión de psicólogos

Quiroprácticos: Realizaran ajustes (manipulaciones) de la columna vertebral u otras partes del cuerpo. Corregir problemas posturales (de postura del cuerpo), aliviar el dolor y asistir la capacidad natural del cuerpo de curarse a sí mismo. Debe contar con mínimo 2 años de experiencia en el cargo

Funciones

- Tratan a personas con problemas musculares y óseos
- Tratar a personas con dolor de cuello, dolor lumbar, osteoartritis y afecciones de los discos de la columna.

Masajistas relajantes: Realizaran masajes relajantes para todos aquellos que buscan un estado de tranquilidad y descanso. Mediante movimientos lentos y con una presión firme y progresiva se descontracturan los músculos y se consigue una sensación de relax. También favorecen la circulación, calman los nervios y, además, despejan la mente. Debe contar con mínimo 1 año de experiencia en el cargo.

Funciones

- Masajes relajantes
- Masajes de sensación de relax
- Masajes para favorecer la circulación

Yoga terapéutico: Realizar terapias para recuperar la salud a nivel físico, mental, emocional y energético. Aportando herramientas y recursos para restaurar el equilibrio, mediante un proceso de sensibilización corporal, relajación y auto observación, con el fin de recuperar la vitalidad.

Debe contar con mínimo 3 años de experiencia en el cargo.

- Funciones
- Terapias
- Sensibilización corporal
- Yoga

Masajistas Faciales: Realizar masajes que Abarquen el conjunto de técnicas basadas en manipulaciones manuales sobre el cutis con el propósito que los tejidos cutáneos dérmicos y musculares conserven por el mayor tiempo posible su elasticidad y firmeza, y dar de esta forma al rostro una apariencia juvenil y hermosa. Debe contar con mínimo 1 año de experiencia en el cargo

- Técnicas de manipulación
- Masajes

Profesionales en aromaterapias: Realizar tratamientos de enfermedades con aceites extraídos de las plantas, los cuales son muy concentrados y contienen las sustancias que dan olor característico a éstas. Los practicantes de esta técnica afirman que los aceites esenciales, como se les llama, tienen propiedades medicinales bien definidas. Debe contar con mínimo 2 años de experiencia en el cargo

Funciones

- Tratamientos

4.3.2 Manual de funciones

Tabla 19 Manual de funciones de Gerente

Descripción y especificación del cargo	
Descripción del cargo	
Identificación	
Nombre del cargo	Gerente
Área a la que pertenece	Área de gerencia
Cargo del jefe inmediato	Junta de socios
Cargo bajo su responsabilidad	Contador, recepcionista, psicólogos, quiroprácticos, masajistas relajantes, profesional de yoga, profesional en aromaterapias, masajistas faciales.
1.2 Función principal (objetivo del cargo)	

Plantear, organizar, dirigir las actividades, tratamientos y productos ofertados. Llevará a cabo el control y formación del personal del área de Spa y realizará con
autonomía y responsabilidad el tratamiento mediante masajes en sus diferentes modalidades terapéuticas cuando sea requerido
1.3 Funciones específicas
Funciones diarias
1. Supervisar el centro de trabajo, sus instalaciones y las áreas de trabajo
2. Reuniones para unificar criterios y aclarar objetivos y procedimientos.
3. Trabajar en equipo con los demás, crear un buen ambiente e implicar a los compañeros en las tareas.
4. Elaboración del presupuesto y su correspondiente seguimiento.
5. Determinar estándares de calidad en los servicios.
Funciones mensuales
1. Preparar informes para comités administrativos evaluando los servicios, de acuerdo a los parámetros establecidos

Fuente: *Elaboración propia*

Tabla 20 Manual de funciones de contador

Descripción y especificación del cargo	
Descripción del cargo	
Identificación	
Nombre del cargo	Contador
Área del ilud a la que pertenece	Área comercial
Cargo del jefe inmediato	Gerente
Cargo bajo su responsabilidad	N/A
1.2 Función principal (objetivo del cargo)	
Organizar, revisar y controlar los procesos contables de todas aquellas actividades conexas con la naturaleza de la función profesional de contador publico	
1.3 Funciones específicas	
Funciones diarias	
1. Expedir certificaciones y dictámenes sobre estados financieros	
2.Revisar movimientos diarios, certificaciones de ingresos	
3. Contabilidad en general e impuestos, auditorias	

4. Codificación, digitación y emisión de soportes contables
5. Contabilidad sistematizada, constitución y legalización de empresas
Funciones mensuales
1. Preparar los informes para comités administrativos de estados financieros de la empresa

Fuente: *Elaboración propia*

Tabla 21 Manual de funciones Supervisor

Descripción y especificación del cargo	
1 Descripción del cargo	
1.1 Identificación	
Nombre del cargo	Supervisor
Área del ilud a la que pertenece	Área comercial
Cargo del jefe inmediato	Gerente
Cargo bajo su responsabilidad	N/A
1.2 Función principal (objetivo del cargo)	
Prestar un servicio de manera eficiente y responsable con los clientes	
1.3 Funciones específicas	

Funciones diarias
1. Atención psicológica
2. Tratar a personas con dolor de cuello, dolor lumbar, osteoartritis y afecciones de los discos de la columna.
3. Terapias
4. Masajes relajantes
5. Sensibilización corporal
Funciones mensuales
1. Prestar un excelente servicio a nuestros clientes. Enviando sus respectivas historias clínicas, acompañándolos en el proceso. Y orientándolos para mejor su estado físico y mental

Fuente: *Elaboración propia*

5. ESTUDIO FINANCIERO

En este capítulo se realiza el análisis de las inversiones, costos, y elementos del estudio financiero del Spa Mental y Corporal

5.1 Inversiones iniciales

Para dar comienzo a este proyecto se necesitará realizar algunas inversiones las cuales se van a clasificar en: Activos fijos, activos intangible y capital de trabajo. Según Gerencie (2017), se denomina activo fijo, aquel activo que no está destinado para ser comercializado, sino para ser utilizado, para ser explotado por la empresa, para generar ingresos con su uso. A continuación, se mencionan los activos fijos de la empresa.

Ilustración 43 Inversiones iniciales

Activos Fijos Depreciables

NOMBRE ACTIVO	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL ACT FIJOS	VIDA UTIL	VALOR DEPRECIACIÓN ANUAL
Computadores	3	\$ 1.500.000	\$ 4.500.000	5	\$ 900.000
Construcion del Spa	1	\$ 275.000.000,00	\$ 275.000.000	45	\$ 6.111.111
Telefono fijo	1	\$ 50.000	\$ 50.000	5	\$ 10.000
Mobiliario	1	\$ 4.000.000	\$ 4.000.000	10	\$ 400.000
Cojín Masajeador	2	\$ 84.900	\$ 169.800	5	\$ 33.960
Masajeador electrico facial	2	\$ 20.000	\$ 40.000	5	\$ 8.000
Masajeador portátil Percussion Action Plus	2	\$ 179.000	\$ 358.000	5	\$ 71.600
Casco transcraneal infrarojo Alpha	1	\$ 7.735.000	\$ 7.735.000	5	\$ 1.547.000
Neurobit Optima Plus 4 Canales	1	\$ 7.140.000	\$ 7.140.000	5	\$ 1.428.000
Equipo de estimulación de luz y de sonido Laxman	1	\$ 3.332.000	\$ 3.332.000	10	\$ 333.200
Divan	2	\$ 1.400.000	\$ 2.800.000	10	\$ 280.000
Camilla para masajes	5	\$ 499.900	\$ 2.499.500	10	\$ 249.950
MLX- Limber	1	\$ 15.000.000	\$ 15.000.000	10	\$ 1.500.000
Jacuzzi	2	\$ 12.500.000	\$ 25.000.000	10	\$ 2.500.000
Tanque de aislamiento sensorial	1	\$ 25.000.000	\$ 25.000.000	10	\$ 2.500.000
Equipos de oficina	1	\$ 1.300.000	\$ 1.300.000	10	\$ 130.000
Balones inestables	5	\$ 50.000	\$ 250.000	5	\$ 50.000
Kit yoga	5	\$ 129.900	\$ 649.500	5	\$ 129.900
Mat de yoga	5	\$ 33.000	\$ 165.000	5	\$ 33.000
Difusor de aroma	2	\$ 69.900	\$ 139.800	5	\$ 27.960
Diadema facial	8	\$ 5.500	\$ 44.000	5	\$ 8.800
Almohadas para aromaterapia	12	\$ 150.000	\$ 1.800.000	5	\$ 360.000
Impresora	1	\$ 450.000	\$ 450.000	5	\$ 90.000
TOTALES			\$ 377.422.600		\$ 18.702.481

Fuente: Elaboración Propia

Un activo intangible es definido por su propio nombre, es decir, no es tangible, no puede ser percibido físicamente. El activo intangible es, por tanto, de naturaleza inmaterial. Por ejemplo, el valor de una marca, que no puede ser medido de manera física. (Debitoor, S.F.)

Ilustración 44 Activos intangibles

NOMBRE ACTIVO	UND	VALOR TOTAL
Registro mercantil	1	\$ 453.000
BioExplorer Software	1	\$ 2.380.000
Permisos y licencias de secretaria de salud	1	\$ 1.000.000
Licencia de computadores	3	\$ 1.000.000
Pagina web	1	\$ 1.000.000
TOTAL		\$ 5.833.000

Fuente: Elaboración propia

La definición más básica de capital de trabajo lo considera como aquellos recursos que requiere la empresa para poder operar. (Gerencie.com, 2017). Se calculará con la siguiente formula:

Ilustración 45 Formula

$$\text{Cap. T}_{\text{año 1}} = \left(\frac{\text{Cd. año 2} - \text{Cd. año 1}}{\text{N}^\circ \text{ días L}} \right) * \text{Desf}$$

Fuente: Elaboración propia

Ilustración 46 Capital de trabajo

CAPITAL DE TRABAJO		
AÑO	COSTOS DESEMBOLSABLES	CAPITAL TRABAJO
2020	-	-
2021	278.619.223	416.080
2022	283.612.179	504.709
2023	289.668.687	905.043
2024	300.529.203	1.188.802
2025	314.794.825	- 26.232.902

Fuente: Elaboración Propia

5.2 Fuentes de financiación

Ilustración 47 Fuentes financieros

Fuentes de Financiamiento

CONCEPTO	VALOR
Recursos Propios:	229.953.360
Recursos de Crédito:	153.302.240
TOTAL	383.255.600

INVERSION INICIAL	\$ 383.255.600
	\$ 153.302.240
	\$ 229.953.360

INFORMACIÓN ENTIDAD

Entidad	Bancolombia
Monto	153.302.240
Interés	9,0%
Plazo de pagos	5

AMORTIZACION				
PERIODO	SALDO	ABONO CAPITAL	i	CUOTA
2020	153.302.240			
2021	127.686.592	25.615.648	13.797.202	39.412.850
2022	99.765.536	27.921.056	11.491.793	39.412.850
2023	69.331.584	30.433.951	8.978.898	39.412.850
2024	36.158.578	33.173.007	6.239.843	39.412.850
2025	0	36.158.578	3.254.272	39.412.850

Elaboración: Fuente propia

5.3 COSTOS

5.3.1 Primera Calificación de Costos.

5.3.2 Costos Fijos y Costos Variables

Ilustración 48 Costos

Costos Fijos y Variables

Costos Fijos						
Tipo de Costo	2020	2021	2022	2023	2024	2025
Costo Producción	-	147.523.495	151.949.200	156.507.676	161.202.906	166.038.993
Costo Venta	-	10.800.000	10.000.000	10.000.000	10.000.000	10.000.000
Costo Administrativo		67.171.314	69.098.813	71.086.102	73.134.946	75.251.263
Costo Financiero						
TOTAL	-	225.494.808	231.048.013	237.593.778	244.337.852	251.290.256

Costos Variables						
Tipo de Costo	2020	2021	2022	2023	2024	2025
Costo Producción	-	30.667.213	32.412.373	34.436.011	41.291.509	51.590.297
Costo Venta						
Costo Administrativo	-	8.660.000	8.660.000	8.660.000	8.660.000	8.660.000
Costo Financiero	-	13.797.202	11.491.793	8.978.898	6.239.843	3.254.272
TOTAL	-	53.124.415	52.564.167	52.074.909	56.191.351	63.504.569

COSTOS TOTAL	2020	2021	2022	2023	2024	2025
	-	278.619.223	283.612.179	289.668.687	300.529.203	314.794.825

Elaboración: Fuente propia

5.3.3 Costos Desembolsables y no Desembolsables

Ilustración 49 Costos desembolsables y no desembolsables

Costos Desembolsables y no Desembolsables

Costos Desembolsables						
Tipo de Costo	2020	2021	2022	2023	2024	2025
Costo Producción	-	178.190.708	184.361.573	190.943.686	202.494.415	217.629.290
Costo Venta	-	10.800.000	10.000.000	10.000.000	10.000.000	10.000.000
Costo Financiero	-	13.797.202	11.491.793	8.978.898	6.239.843	3.254.272
Costo Administrativo	-	75.831.314	77.758.813	79.746.102	81.794.946	83.911.263
TOTAL	-	278.619.223	283.612.179	289.668.687	300.529.203	314.794.825
Costos no Desembolsables						
Tipo de Costo	2020	2021	2022	2023	2024	2025
Costo Administrativo		18.702.481	18.702.481	18.702.481	18.702.481	18.702.481
TOTAL		18.702.481	18.702.481	18.702.481	18.702.481	18.702.481
COSTOS TOTAL						
	2020	2021	2022	2023	2024	2025
		297.321.704	302.314.660	308.371.168	319.231.685	333.497.306

Fuente: Elaboración propia

5.3.4 Ingresos

Ilustración 50 Ingresos

Ingresos

Proyección de ingresos						
AÑOS	2020	2021	2022	2023	2024	2025
Tamaño Real Proyecto		857	960	1.056	1.510	2.219
Costo Total		297.321.704	302.314.660	308.371.168	319.231.685	333.497.306
Costo Unitario		346.933	314.964	292.067	211.436	150.261
Utilidad		10%	20%	25%	40%	50%
Precio de Venta		385.481	393.704	389.422	352.393	300.523
Ingresos		330.357.449	377.893.325	411.161.557	532.052.808	666.994.613
			0,992114054	0,990535198	0,988932943	1,003839232
			1	1	1	1
		71	80	88	126	185
		2,4	2,7	2,9	4,2	6,2

Fuente: Elaboración Propia

6. EVALUACION DE PROYECTOS

6.1 Valor presente neto (VPN)

Ilustración 51 Valor presente neto

VPN	159.570.919
------------	--------------------

Fuente: Elaboración propia

6.2 Tasa interna de retorno (TIR)

Ilustración 52 Tasa interna de retorno

TIR	18,62%
------------	---------------

Fuente: Elaboración propia

6.3 Relación beneficio costo (RBC)

Ilustración 53 Relación beneficio costo

R/BC	1
-------------	----------

Fuente: Elaboración propia

6.4 Costo anual equivalente (CAE)

Ilustración 54 Costo anual equivalente

	TIO			15%			VPN	
	0	1	2	3	4	5		
FLUJO NETO	- 230.083.360	15.594.870	41.793.218	57.512.179	128.493.715	206.361.187	\$ 159.570.918,93	(RELACION BENEFICIO COSTO) SI ES MAYOR QUE 1 ES VIABLE Y ES IGUAL O MENOR A 1 NO ES RENTABLE.
INGRESOS	153.302.240	330.357.449	377.893.325	411.161.557	532.052.808	666.994.613	\$ 1.632.473.753,94	\$ 1,018
EGRESOS	383.385.600	314.762.579	336.100.107	353.649.379	403.559.093	460.633.426	\$ 1.603.514.809,12	

Fuente: Elaboración propia

6.5 Periodo de recuperación de la inversión (PRI)

Ilustración 55 Periodo de recuperación de la inversión (PRI)

Inversion	Recuperacion	Años
-383255600		0
- 367.660.730	15.594.870	1
- 325.867.511	41.793.218	2
- 268.355.333	57.512.179	3
- 139.861.618	128.493.715	4
66.499.569	206.361.187	5

Fuente: Elaboración propia

7. CONCLUSIONES

- Este proyecto es factible y rentable desde el punto de vista del estudio de mercado, técnico y financiero.
- La maquinaria y equipos requeridos para la puesta en marcha del proyecto y cumplir con los procesos, se determinaron teniendo en cuenta la demanda proyectada de las asistencias mensuales de un Spa en Colombia.
- El proyecto está enfocado a que sea desarrollado e implementado de manera independiente, buscando ser emprendedores y brindar trabajo para las personas de la ciudad de Ibagué.
- Se puede concluir, que de acuerdo al estudio organizacional se debe contratar un gerente el cual esté en la capacidad de asimilar varias actividades y tenga los conocimientos en la parte administrativa, financiera, legal con el fin de que se cumpla con el funcionamiento total del Spa Mental y Corporal MariPau.

8. RECOMENDACIONES

- Desarrollar estrategias que permitan abastecer al Spa de material suficiente para que los costos del servicio se mantengan y se pueda generar una ventaja competitiva basada en el precio.
- Teniendo en cuenta que en Ibagué es relativamente nueva la iniciativa de un Spa Mental, se deben realizar un buen maneja de campaña publicitaria para así llegar a impactar la mayor parte de personas posibles.
- Fomentar la conciencia por el cuidado mental de la población ibaguereña a través del Spa, esto con el fin de llegar a ser apoyados por la Alcaldía en la medida que el proyecto pretende mitigar los índices de estrés y ansiedad.
- Es indispensable encontrar aliados estratégicos, que permitan fortalecer el mercado, para entrar a competir con los diferentes establecimientos que cuentan con servicios similares.
- El producto es factible a partir del año número 5, ya que se ve reflejado cuando el inversionista recupera toda su inversión inicial

BIBLIOGRAFÍAS

- Acevedo, C. R. (06 de agosto de 2018). repository. Obtenido de repository:
<http://repository.usta.edu.co/bitstream/handle/11634/4716/Ortizclaudia2017.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Agulló, C. (1999). Cambios significativos en el mundo empresarial. *Economía industrial*, 330, 11-1
- Instituto Nacional de Medicina Legal. Boletín estadístico mensual. Diciembre 2018. (Consultado el 28 de mayo de 2020). Disponible en:
http://www.medicinalegal.gov.co/documents/20143/217010/Diciembre_2018_Ajustado.pdf/6142c980-e4e3-c2df-f232-b3547bac4a2
- Barrera, L., Gómez, E. & Prieto, L. (2013). Efectividad del tratamiento con neurofeedback. Programa de Psicología [Effectiveness of treatment with neurofeedback. Psychology Program]. Escuela de Medicina y Ciencias de la Salud. Universidad del Rosario. Bogotá, Colombia. Recuperado el 21 de septiembre de 2014 de <http://hdl.handle.net/10336/4458>
- Brinkborg, H., Michanek, J., Hesser, H. y Berglund, G. (2011). Acceptance and commitment therapy for the treatment of stress among social workers: A randomized controlled trial. *Behavior Research & Therapy*, 49, 389-398.

- Contreras, V., & del Pilar, G. (2016). Estudio de factibilidad para la creación de un centro de bienestar mental y corporal parroquia San Camilo, año 2015 (Bachelor's thesis, Quevedo: UTEQ).
- Ceballos Oliveros, J., López Rodríguez, E., Lozano Devia, T., & Virgen Hajoy, J. S. (2018). Estudio de viabilidad para crear un spa y centro de acondicionamiento físico en la ciudad de Santiago de Cali.
- CHALÉN BENITES, G. S. (2017). Gestión de Imagen e identidad corporativa: Estrategia de crecimiento del servicio salud por agua, SPA a domicilio (Doctoral dissertation, UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL).
- Dutheil F, Chaplais E, Vilmant A, Lanoir D, Courteix D, Duche P, Abergel A, Pfabigan DM, Han S, Mondillon L, Vallet GT, Mermillod M, Boudet G, Obert P, Izem O, Boirie Y, Pereira B, Lesage FX. Effects of a short residential thermal spa program to prevent work-related stress/burnout on stress biomarkers: the ThermStress proof of concept study. *J Int Med Res.* 2019 Oct;47(10):5130-5145. doi: 10.1177/0300060519859119. Epub 2019 Sep 11. PMID: 31510825; PMCID: PMC6833408.
- DANE, (2018). Boletín Técnico Encuesta Anual de Servicios (EAS) Año 2018, recuperado de: https://www.dane.gov.co/files/investigaciones/boletines/eas/bp_EAS_2018.pdf consultado el 15 de Septiembre del 2020.
- El tiempo, (2017). Depresión en Colombia es más alta que el promedio en el mundo, recuperado de: <https://www.eltiempo.com/salud/cifras-sobre-depresion-en-colombia-y-en-el-mundo-segun-la-oms-61454>, consultado el: 22 de Septiembre del 2020.

- El desconcierto, (2017). Según la OMS: Brasil, Cuba, Paraguay y Chile entre los países más deprimidos de la región, recuperado de:
<https://www.eldesconcierto.cl/2017/02/23/segun-la-oms-brasil-cuba-chile-los-paises-mas-deprimidos-del-mundo/>, consultado: 18 de Septiembre del 2020
- El tiempo. (2011), Spa, peluquería y mucha estética. Recuperado de:
<https://www.eltiempo.com/archivo/documento/MAM-4719801>, consultado el 22 de Septiembre del 2020.
- EL COMERCIO, (2014). El estrés, la causa principal de los trastornos mentales en el Ecuador, recuperado de: <https://www.elcomercio.com/tendencias/estres-causa-trastornos-mentales.html>. Consultado el: 19 de Septiembre del 2020
- Fajardo, A., & Guzmán, A. L. (2016). Neurofeedback, aplicaciones y eficacia. *Interdisciplinaria*, 33(1), 81-93.
- González, S. (2015). El origen de los balnearios en el mundo antiguo: spas in the Western Empire. The technological and social impact of Rome in the exploitation of mineral-medical water. In *Paisajes culturales del agua:(arqueología, antigüedad, territorio)* (pp. 117-126). Servicio de Publicacións da Diputación Provincial de Ourense.
- Grupo Bancolombia. (2018). 9 pasos para constituir tu empresa en Colombia. Recuperado de:
<https://www.grupobancolombia.com/wps/portal/negocios/actualizate/legal-y-tributario/como-constituir-tu-empresa>, consultado el: 05 de Octubre del 2020.

- Hammond, DC (2007). ¿Qué es el neurofeedback ?. Revista de neuroterapia , 10 (4), 25-36.
- Hernández Sampieri, R., FERNÁNDEZ COLLADO, C., & BAPTISTA LUCIO, P. (2014). Metodología de la Investigación. Sexta Edición. Mcgrawhill.
- Krejčí, M., Psotta, R., Hill, M., Kajzar, J., Jandová, D., & Hošek, V. (2020). A short-term yoga-based intervention improves balance control, body composition, and some aspects of mental health in the elderly men. Acta Gymnica, 50(1), 16-27.
- La Nueva España., (2014) La obsesión por la imagen, cada vez más presente en las consultas, artículo consultado el 17 de Septiembre del 2020, Recuperado de: <https://www.lne.es/vida-y-estilo/salud/2014/07/25/obsesion-imagen-vez-presente-consultas-19981234.html>
- Lescano Terán, M. V. (2015). Interiorismo aplicado a un spa de la ciudad de Ambato basado en el bienestar físico, mental y espiritual de los usuarios (Bachelor's thesis, Pontificia Universidad Católica del Ecuador Sede Ambato).
- Lourdes, M. (1988). Metodos y tecnicas de investigacion social para administracion e ingenieria (No. 001.42 M 963).
- Micolta Portocarrero, Y. A. Proyecto de emprendimiento empresarial-Creación de Centro de relajación Spa en la ciudad de Tumaco, Nariño.

- Márquez Olalla, J. F. (2016). Impacto psicológico. El estrés: causas, consecuencias y soluciones: intérprete de conferencias frente a intérprete en los servicios públicos.
- Muñoz, C. O., Restrepo, D., & Cardona, D. (2016). Evolution of the concept of positive mental health: a systematic review. *Revista Panamericana de Salud Publica= Pan American Journal of Public Health*, 39(3), 166-173.
- Mingote Adán, J. C., & Núñez López, C. (2011). Importancia de la consideración de la salud mental en la gestión de la salud laboral: una responsabilidad compartida. *Medicina y Seguridad del Trabajo*, 57, 239-262. Ministerio de Salud. (2017), *GUIA METODOLOGICA PARA EL OBSERVATORIO NACIONAL DE SALUD MENTAL*, recuperado de:
<https://www.minsalud.gov.co/sites/rid/Lists/BibliotecaDigital/RIDE/VS/ED/GCFI/guia-ross-salud-mental.pdf>
- Martínez-Taboas, A. (2020). Pandemias, COVID-19 y Salud Mental:¿ Qué Sabemos Actualmente?. *Revista Caribeña de Psicología*, 143-152.
- Medina Malca, I. J. (2019). Plan de negocio para la implementación de Ámate Beauty Spa Chiclayo 2019.
- Pruneda, A (2015). Los spa más lujosos del mundo FORBES recuperado de:
<https://www.forbes.com.mx/forbes-life/los-spas-mas-lujosos-del-mundo/>, consultado el 20 de Septiembre del 2020
- Posada, J. A. (2013). La salud mental en Colombia. *Biomédica*, 33(4), 497-498

- Pickers, S. (2015). Psyma. Obtenido de:
<http://www.psyma.com/company/news/message/como-determinar-el-tamano-de-unamuestra>
- Porter, M. E. (1900). Ventaja competitiva: creación y sostenimiento de un desempeño superior. Grupo editorial patria.
- Rondón, R. (2020). Beneficios de los tratamientos de estética en la salud mental. Revista de la Sociedad Española de Medicina Estética, 2014, vol. 39, p. 22-32.
- Secretaria de Salud. (2020). Boletines Diagnóstico de Salud mental. Recuperado de: <http://www.saludtolima.gov.co/diagnostico-de-salud-mental/> , Consultado: 17 de Septiembre del 2020.
- Stavroula, L., Griffiths, A., & Cox, T. (2004). La organización del trabajo y el estrés. Serie Protección de la Salud de los Trabajadores, 1(3), 58-97.
- Sánchez Montealegre, O. (2018). Estudio de factibilidad para la creación de un spa llamado Wellness spa en el municipio de Espinal-Tolima (Doctoral dissertation, Corporación Universitaria Minuto de Dios).
- Sierra C, (2015). Uno de cada cinco empleados padece fatiga laboral, Portafolio, Recuperado de: <https://www.portafolio.co/economia/uno-de-cada-cinco-empleados-padece-fatiga-laboral-532213>, consultado el: 20 de septiembre del 2020
- Santesmases Mestre, M. (1997). DYANE: Diseño y analisis de encuestas.

- Trujillo, N. Á. (s.f.). Estudio de las dinámicas socioeconómicas de. Inclusion & Desarrollo.
- Thibault, RT, Lifshitz, M. y Raz, A. (2016). El cerebro autorregulado y el neurofeedback: ciencia experimental y promesa clínica. *corteza* , 74 , 247-261.
- Quine, L. (1999) Intimidación en el lugar de trabajo en la confianza de la comunidad del NHS: encuesta al personal. *British Medical Journal*, 318, 228-232.
<http://dx.doi.org/10.1136/bmj.318.7178.22>
- Valencia Rivillas, D. A. (2018). La construcción de marca como primer eslabón para la creación de identidad de un spa inmerso en el campo de la estética y el bienestar corporal.
- Wippert, PM, Rector, M., Kuhn, G. y Wuertz-Kozak, K. (2017). Estrés y alteraciones en los huesos: una perspectiva interdisciplinar. *Fronteras en endocrinología* , 8 , 96.

ANEXOS

Anexo 1. Formulario Registro Único Tributario

		Formulario del Registro Único Tributario Hoja Principal				001														
Espacio reservado para la DIAN				4. Número de formulario		2. Concepto <input type="checkbox"/>														
5. Número de identificación Tributaria (NIT):		6. DV:		12. Administración:		14. Buzón electrónico:														
IDENTIFICACION																				
24. Tipo de contribuyente:		25. Tipo de documento:		26. Número de identificación:		27. Fecha expedición:														
Lugar de expedición: 28. País:		29. Departamento:		30. Ciudad/Municipio:																
31. Primer apellido:		32. Segundo apellido:		33. Primer nombre:		34. Otros nombres:														
35. Razón social:																				
36. Nombre comercial:																				
37. Sigla:																				
UBICACION																				
38. País:		39. Departamento:		40. Ciudad/Municipio:																
41. Dirección:																				
42. Correo electrónico:		43. Apartado aéreo:		44. Teléfono 1:		45. Teléfono 2:														
CLASIFICACION																				
Actividad económica				Ocupación																
Actividad principal		Actividad secundaria		Otras actividades																
46. Código:	47. Fecha inicio actividad:	48. Código:	49. Fecha inicio actividad:	50. Código:	1	2														
				St. Código:		52. Número establecimiento:														
Responsabilidades																				
53. Código:		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	
Usuarios aduanaeros				Exportadores																
54. Código:		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10									
		55. Forma:		56. Tipo:		Servicio:		1		2		3								
						57. Modo:														
						58. CPC:														
Para uso exclusivo de la DIAN																				
59. Anexos: SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/>				60. No. de Folios:		61. Fecha:														
La información contenida en el formulario, será responsabilidad de quien lo suscribe y en consecuencia corresponden exactamente a la realidad, por lo anterior, cualquier falsedad en que incurra podrá ser sancionada. Artículo 15 Decreto 2788 del 31 de Agosto de 2004.				Sin perjuicio de las verificaciones que la DIAN realice, Firma del funcionario autorizado:																
Firma del solicitante:				884. Nombre:																
				885. Cargo:																

Anexo 2. Registro Único Empresarial

REGISTRO UNICO EMPRESARIAL

**ANEXO MATRICULA MERCANTIL O RENOVACION
PERSONAS NATURALES, SOCIEDADES, EMPRESAS ASOCIATIVAS DE TRABAJO, ESTABLECIMIENTOS DE COMERCIO, SUCURSALES O AGENCIAS**

- Diligencie con exactitud, a máquina o letra impresa, los datos que se solicitan en este anexo.
- La información adicional a la prevista por el artículo 32 del Código de Comercio, se utiliza en los estudios que, de acuerdo con la ley adelantó la Cámara. Autorizo el uso y divulgación de toda la información reportada en el presente anexo.
- Importante: Los datos consignados en este anexo, deben ser absolutamente verídicos y en consecuencia corresponder exactamente a la realidad del matriculado. Por lo anterior, se advierte que cualquier falsedad en que se incurra podrá ser sancionada de acuerdo con la Ley Penal (Artículo 38 Código de Comercio).

Código de la Cámara 001 Año 2009

Registro Único Empresarial No.		SOLO PARA PERSONAS NATURALES EXTRANJERAS	
ENTIDADES DE CREDITO CON LAS CUALES HA CELEBRADO OPERACIONES		NACIONALIDAD	
INFORMACION COMERCIAL	NOMBRE DE LA ENTIDAD Bancolombia		OFICINA Aguajará
	NOMBRE DE LA ENTIDAD		OFICINA
REFERENCIAS DE DOS COMERCIANTES INSCRITOS			
INFORMACION FINANCIERA	NOMBRE Diego Rojas		TELEFONO 2160059
	DIRECCION Calle 56 # 37-35		
	NOMBRE Katherine Vargas		TELEFONO 4617311
	DIRECCION Calle 118 # 67b83		
MARQUE CON UNA X SI ES: IMPORTADOR <input type="checkbox"/> EXPORTADOR <input type="checkbox"/> PERSONAL OCUPIADO A NIVEL NACIONAL x			
INFORMACION FINANCIERA			
LOS SIGUIENTES DATOS DEBEN CORRESPONDER AL BALANCE DE APERTURA O A DICIEMBRE 31 DEL ULTIMO A—O (INCLUYENDO AJUSTES POR INFLACION)			
ACTIVO		PASIVO Y PATRIMONIO	
Corriente \$ 150.000.000		Pasivo Corriente \$ 0	
Fijo Neto \$ _____		Gtos. Operacionales de Ventas \$ _____	
Largo Plazo \$ _____		Gtos. Operacionales de Administración \$ _____	
Otros \$ _____		Pasivo Total \$ _____	
Utilizaciones \$ _____		Patrimonio Total \$ 150.000.000	
Activo Total \$ 150.000.000		Utilidad /Perdida operacional \$ _____	
		Pasivo + Patrimonio \$ 150.000.000	
		Utilidad /Perdida neta \$ _____	
ACTIVO TOTAL \$ 150.000.000 (Sin Ajustes por inflación)			
DATOS DEL ESTABLECIMIENTO DE COMERCIO, SUCURSAL O AGENCIA			
ESTABLECIMIENTO DE COMERCIO <input type="checkbox"/> SUCURSAL <input type="checkbox"/> AGENCIA <input type="checkbox"/> Matrícula Mercantil No. 1007 Cámara de Comercio			
MATRICULA <input type="checkbox"/> RENOVACION <input checked="" type="checkbox"/> NOMBRE DEL ESTABLECIMIENTO, SUCURSAL O AGENCIA Kaedi Moda Ltda.			
DIRECCION Calle 44 # 90-20		ZONA POSTAL Medellín	MUNICIPIO Medellín
TELEFONO(S) 4418325		DEPARTAMENTO Antioquia	CODIGO DANE
FAX		BUZON ELECTRÓNICO degori007@yahoo.es	
DIRECCION PARA NOTIFICACION JUDICIAL Calle 44 # 90-20		MUNICIPIO Medellín	DEPARTAMENTO Antioquia
ACTIVIDAD MERCANTIL DEL ESTABLECIMIENTO, SUCURSAL O AGENCIA			
Especifique en orden de importancia su actividad mercantil			Clasificación CIU
1. Diseño, producción y comercialización de productos de prendas de vestir			
2. Compra venta de materias primas			
3. Inversiones en bonos, acciones y otros títulos valores			
PERSONAL VINCULADO AL ESTABLECIMIENTO, SUCURSAL O AGENCIA			ACTIVOS VINCULADOS AL ESTABLECIMIENTO, SUCURSAL O AGENCIA
INFORMACION SOBRE EL ESTABLECIMIENTO			
PROPIETARIO UNICO <input type="checkbox"/> SOCIEDAD DE HECHO <input type="checkbox"/> COPROPIETARIO <input type="checkbox"/>			
EL LOCAL DONDE FUNCIONA EL ESTABLECIMIENTO ES: PROPIO <input type="checkbox"/> AJENO <input type="checkbox"/>			
PROPIETARIO(S) DEL ESTABLECIMIENTO, SUCURSAL O AGENCIA			
NOMBRE DE LA(S) PERSONA(S) O SOCIEDAD(ES) PROPIETARIO(S) DEL ESTABLECIMIENTO DE COMERCIO, SUCURSAL O AGENCIA (Si son más de dos relaciónelos en hoja anexa)			
NOMBRE O RAZON SOCIAL DEL PROPIETARIO Julian Martinez Robledo		C.C. O NIT 125454654	
NOMBRE DEL REPRESENTANTE LEGAL O ADMINISTRADOR Alberto Fujimori Lozada		FIRMA	
NOMBRE O RAZON SOCIAL DEL PROPIETARIO Alex Rueda Osorio		C.C. O NIT 655455	
NOMBRE DEL REPRESENTANTE LEGAL O ADMINISTRADOR Alberto Fujimori Lozada		FIRMA	
NOMBRE DEL ADMINISTRADOR Alberto Fujimori Lozada		C. C. No. 10007986	
APORTES EMPRESAS ASOCIATIVAS DE TRABAJO			
APORTES LABORALES \$ _____		% APORTES ACTIVOS \$ 35.000.000	
APORTES LABORALES ADICIONALES \$ _____		% APORTES EN DINERO \$ 115.000.000	
TOTAL APORTES \$ 150.000.000			
FIRMA		ESPACIO RESERVADO PARA LA CAMARA DE COMERCIO	

Anexo 3. Autorización publicación de documentos en el repositorio colecciones digitales.

		AUTORIZACIÓN PUBLICACIÓN DE DOCUMENTOS EN EL REPOSITORIO COLECCIONES DIGITALES		VERSIÓN: 1.0
Gestión de Recursos Académicos				CÓDIGO: FR-RA-BLI-05
Fecha Solicitud: 07-12-2020				FECHA: 8-feb-16
1. DATOS DE PUBLICACIÓN				
(Tesis, trabajo de grado, monografía, artículo, video, conferencia, libro, imagen, fotografía, audio, presentación, trabajos de grado u otros) y del(los) autor(es)				
Documento de Identidad		Apellidos	Nombres	Correo Electrónico
Tipo	Número			
C.C.	1.234.638.588	DÍAZ RUBIANO	PAOLA CAMILA	pdiazrubia@uniminuto.edu.co
C.C.	4.134.642.232	GONZALES REYES	MARIA ALEJANDRA	mgonzares@uniminuto.edu.co
Título del Documento		ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DEDICADA A MEJORAR LA SALUD MENTAL MEDIANTE UN SPA CORPORAL Y MENTAL EN LA CIUDAD DE IBAQUE EN EL AÑO 2021		
Nombre del Evento Origen (SI aplica)				
Fecha del Evento (SI aplica)				
Palabras Claves (Materias):		Neurofeedback, SPA, Belleza, mental		
2. AUTORIZACIÓN DE PUBLICACIÓN DE DOCUMENTOS EN EL REPOSITORIO COLECCIONES DIGITALES UNIMINUTO				

Anexo 3. Autorización publicación de documentos en el repositorio colecciones digitales.



Anexo 3. Autorización publicación de documentos en el repositorio colecciones digitales.

Mediante este documento autorizo a la Corporación Universitaria Minuto de Dios, para publicar el documento (tesis, trabajo de grado, monografía, artículo, video, conferencia, libro, imagen, fotografía, audio, presentación u otro) que a la fecha entrego en formato digital, y doy plena autorización a la Corporación Universitaria Minuto de Dios, de forma indefinida, para que según los términos establecidos en la Ley 23 de 1982, la Ley 44 de 1993, leyes y jurisprudencia vigente al respecto, haga publicación de este en el Repositorio Colecciones Digitales Uniminuto, ubicado en el sitio Web <http://repository.uniminuto.edu:8000/jspui/> para fines educativos y no lucrativos. Esta autorización es válida para las facultades y derechos de uso sobre la obra en formato digital, electrónico, virtual y para usos en redes, Internet, extranet, y cualquier formato o medio conocido o por conocer.

EL AUTOR expresa que el documento (tesis, trabajo de grado, monografía, artículo, video, conferencia, libro, imagen, fotografía, audio, presentación u otro) objeto de la presente autorización es original y lo elaboró sin quebrantar ni suplantar los derechos de autor de terceros, y de tal forma, el documento (tesis, trabajo de grado, monografía, artículo, video, conferencia, libro, imagen, fotografía, audio, presentación u otro) es de su exclusiva autoría y tiene la titularidad sobre éste. En caso de queja o acción por parte de un tercero referente a los derechos de autor sobre el documento (tesis, trabajo de grado, monografía, artículo, video, conferencia, libro, imagen, fotografía, audio, presentación u otro) en cuestión, EL AUTOR asumirá la responsabilidad total y saldrá en defensa de los derechos aquí autorizados; para todos los efectos, la Corporación Universitaria Minuto de Dios actúa como un tercero de buena fe.

Toda persona que consulte ya sea el Repositorio Colecciones Digitales Uniminuto, como el Catálogo en línea u otro medio electrónico, podrá copiar apartes del texto citando siempre la fuente, es decir el título del trabajo y el autor. Esta autorización no implica renuncia a la facultad que tengo de publicar total o parcialmente la obra en otros medios.

La autorización debe estar respaldada por las firmas de todos los autores del documento (tesis, trabajo de grado, monografía, artículo, video, conferencia, libro, imagen, fotografía, audio, presentación u otros).

Si Autorizo No Autorizo

3. FIRMAS DE AUTOR (ES)

Firma Autor 1: Paula Díaz R.	Firma Autor 2: <i>Paula Díaz R.</i>
Documento de Identidad No. 1.734.638.588 de IBAQUE	Documento de Identidad No. 1.734.642.732 de IBAQUE
Firma Autor 3:	Firma Autor 4:
Documento de Identidad No. _____	Documento de Identidad No. _____

Anexo 3. Autorización publicación de documentos en el repositorio colecciones digitales.

