TECNOLOGICO SUPERIOR
"CORDILLERA"

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN BANCARIA Y FINANCIERA

IMPORTANCIA DE LA ESTADÍSTICA

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN GIMNASIO DE ENTRENAMIENTO QUE AYUDARA A PREVENIR EL SEDENTARISMO DE LOS HABITANTES, UBICADO EN DEL SECTOR DE LA FLORIDA AL NORTE DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO.

Proyecto de previo a la obtención del título de Tecnólogo en Administración Bancaria y Financiera

Autor: Chávez Ibujés Katherine Alexandra

Tutor: Msc. Napoleón Castro

Quito, Septiembre 2014

DECLARATORIA

Declaro que la investigación es absolutamente original, autentica, personal, que se han citado las fuentes correspondientes y que en su ejecución se respetaron las disposiciones legales que protegen los derechos de autor vigentes. Las ideas, doctrinas resultados y conclusiones a los que he llegado son de mi absoluta responsabilidad.

Katherine Alexandra Chávez Ibujés

CC: 1726265943

CESIÓN DE DERECHOS

Yo, Katherine Alexandra Chávez Ibujés alumna de la Escuela de Administración Bancaria y Financiera, libre y voluntariamente cedo los derechos de autor de mi investigación en favor Instituto Tecnológico Superior “Cordillera”.

_____

CC: 1726265943

AGRADECIMIENTO

Gracias al Ing. Napoleón Castro, por el valioso aporte profesional, técnico y humano brindado en el transcurso de este semestre, elevando mi responsabilidad e investigación.

Con enorme sacrificio llegando a la culminación de esta prestigiosa carrera.

Gracias a mis queridos maestros por su apoyo emocional y profesional con el cual lograran ver los frutos de sus enseñanzas en cada clase brindada.

DEDICATORIA

A mis padres por su motivación a ser cada día mejor

A mis hermanos por su amor y respeto impulsándome a lograr mis objetivos

A mis amigos que fielmente me demuestran su cariño y apoyo

INDICE

PORTADA
DECLARATORIA DE APROBACIÓN TUTOR Y LECTOR……..**I**
DECLARATORIA.....**II**
CESIÓN DE DERECHOS..... **III**
AGRADECIMIENTO ..... **IV**
DEDICATORIA ..... **V**
Indice General…….. VI
Resumen Ejecutivo .....**XIII**II
Abstract .....**XIV**II
Capítulo I.....**1**
1.Introducción ..... ¡Error! Marcador no definido.
1.1Justificación **2**
1.2 Antecedentes **3**
Capítulo II **6**
2. Estudio del Mercado **6**
2.1 Ambiente externo.....**6**
2.1.1 Factor económico.....**6**
2.1.1.1 PIB anual.....**7**
2.1.1.2 Inflación anual.....**7**
2.1.1.3 Tasa activa.....**9**
2.1.1.4 Canasta familiar **11**
2.1.2 Factor Social **11**
2.1.3 Factor legal.....**12**
2.1.4 Factor Tecnológico **13**
2.2 Entorno local **14**
2.2.1 Clientes.....**14**
2.2.2 Proveedores.....**15**
2.2.3 Competidores **15**
2.3 Propuesta Estratégica **16**

2.3.1 Misión 16
2.3.2 Visión 16
2.3.1.3 Objetivos 16
2.3.1.3.1 Objetivos Generales 17
2.3.1.3.2 Objetivos Específicos 17
2.3.1.4 Valores 17
2.3.2 Gestión Administrativa 18
2.3.2.1 Selección de personal 18
2.3.2.2 Organigrama 19
2.3.2.3 Manual de funciones 20
2.3.3 Gestión Operativa 26
2.3.4 Gestión comercial 26
2.3.4.1 Logotipo 27
2.3.4.2 Aplicación del Marketing mix 28
2.3.4.3 Estrategias Marketing Mix 29
2.3.4.3.1 Producto 29
2.3.4.3.2 Precio 32
2.3.4.3.3 Plaza o Distribución 32
2.3.4.3.4 Publicidad 33
2.3.4.3.4.1 Flyers 34
2.3.4.3.4.2 Página de Facebook 36
2.3.4.3.4.3 Promoción de venta 37
2.4 Análisis FODA 38
2.4.1 Oportunidades 38
2.4.2 Amenazas 38
Capítulo III 39
3. Estudio de mercado 39
3.1 Análisis del consumidor 39
3.1.1 Determinación de la población y muestra 40
3.1.1.1 Población 40
3.1.1.2 Muestra 40
3.1.2 Tecnicas de obtencion de informacion 41
3.1.2.1 La encuesta 41
3.1.2.1.1 Etapas de la encuesta 42
3.1.2.1.2 Tipos de preguntas 43
3.1.2.2 Cuestionario 44
3.1.2.3 Prueba piloto 45
3.1.3 Análisis de la información 48
3.2 Oferta 68
3.4 Demanda 69
3.5 Balance oferta y demanda 70

Capítulo IV 71
4. Estudio técnico 71
4.1 Tamaño del proyecto 71
4.1.1 Capacidad instalada 71
4.1.2 Capacidad óptima 72
4.2 Localización 72
4.2.1 Macro localización 72
4.2.2 Micro localización 73
4.2.3 Localización optima 74
4.3 Ingeniería del producto 76
4.3.1 Definición del ByS 76
4.3.2 Distribución de la planta 78
4.3.2.1 Matriz S.L.P 79
4.3.3 Proceso productivo 81
4.3.3.1 Flujo grama 81
4.3.4 Maquinaria 87
Capítulo V 88
5. Estudio financiero 88
5.1 Ingresos Operacionales 88
5.1.1. Ingresos no Operacionales 89
5.2 Costos 89
5.2.1 Costo directo 89
5.2.2 Costo indirecto 91
5.2.3 Gasto administrativo 92
5.2.4 Costo de venta 93
5.2.5 Costos fijos 93
5.3 Inversiones 94
5.3.1 Inversión fija 95
5.3.1.1 Activos fijos 95
5.3.2 Capital de Trabajó 98
5.3.3 Amortización de Financiamiento 98
5.3.4 Depreciaciones 100
5.3.5 Estado de Situación Inicial 101
5.3.6 Estado de Resultados Proyectado (5 años) 102
5.3.7 Flujo de caja 103
5.4Evaluación 104
5.4.1 Tasa de descuento 104
5.4.2 Van 104
5.4.3 Tir 105
5.4.4 Pri 105
5.4.5 Rbc 107

5.4.6 Punto de equilibrio 107
5.4.6.1 Servicio de Entrenamiento 108
5.4.6.2 Servicios de Membresías 109
5.4.7 Análisis de índices financieros 110
Capítulo VI 113
6. Análisis de impactos 113
6.1 Impacto Ambiental 114
6.2 Impacto Económico 115
6.3 Impacto Productivo 115
6.4 Impacto Social 116
Capítulo VII 118
7. Conclusiones y Recomendaciones 118
7.1 Conclusiones 118
7.2 Recomendaciones 119
•Bibliografía 120
•Web grafía 125
•Anexos 127

Tablas

Tabla N.1 Inflación anual 8
Tabla N. 2 Tasa Activa 10
Tabla N. 3 Manual de Funciones Gerente General 20
Tabla N. 4 Perfil de Cargo Gerente General 20
Tabla N. 5 Manual de Funciones Contador 21
Tabla N. 6 Perfil de Cargo Contador 21
Tabla N. 7 Manual de Funciones Instructor 21
Tabla N. 8 Perfil de Cargo Instructor 22
Tabla N. 9 Manual de Funciones Nutricionista 22
Tabla N. 10 Perfil de Cargo Nutricionista 22
Tabla N. 11 Manual de Funciones Personal de Aseo 23
Tabla N. 12 Perfil de Cargo Personal de Aseo 23
Tabla N. 13 Manual de Funciones Personal de Seguridad 24
Tabla N. 14 Perfil de Cargo personal de Seguridad 24
Tabla N. 15 Manual de Funciones Secretaria 25
Tabla N. 16 Perfil de Cargo secretaria 25
Tabla N. 17 Plan Nutrición 37
Tabla N. 18 Oportunidades 38
Tabla N. 19 Amenazas 38

Tabla N. 20 Genero..... 48
Tabla N. 20 Edad **49**
Tabla N. 22 Ocupación **51**
Tabla N. 22 Pregunta 1 ..... **52**
Tabla N. 23 Pregunta 2 ..... **54**
Tabla N. 24 Pregunta 3 ..... **55**
Tabla N. 25 Pregunta 4 ..... **57**
Tabla N. 26 Pregunta 5 ..... **58**
Tabla N. 27 Pregunta 6 ..... **60**
Tabla N. 28 Pregunta 7 ..... **62**
Tabla N. 29 Pregunta 8 ..... **64**
Tabla N. 30 Pregunta 9 ..... **65**
Tabla N. 31 Pregunta 10 ..... **67**
Tabla N. 32 Oferta actual **69**
Tabla N. 33 Demanda **70**
Tabla N. 34 balance Oferta y Demanda **70**
Tabla N. 35 Factores de Localización Óptima **75**
Tabla N. 36 Maquinaria y Equipo **87**
Tabla N. 37 Ingresos Operacionales **88**
Tabla N. 38 Mano de Obra(costo directo) **90**
Tabla N. 39 Maquinaria y Equipo(costo Directo) **90**
Tabla N. 40 Servicios Basicos(Costo Directo) **91**
Tabla N. 41 Suministro de Oficina(Costo Directo) **91**
Tabla N. 42 Utiles de Aseo(Costo Directo) **92**
Tabla N. 43 Gasto Administrativo **92**
Tabla N. 44 Costo de Venta **93**
Tabla N. 45 Costos Fijos **94**
Tabla N. 46 Inversion Fija **95**
Tabla N. 47 Activos Fijos **96**
Tabla N. 48 Capital de Trabajó **98**
Tabla N. 49 Amortizacion de Finananciamiento **99**
Tabla N. 50 Depreciaciones **100**
Tabla N. 51 Estado de Situación Inicial **101**
Tabla N. 52 Estado de Resultados Proyectado **102**
Tabla N. 53 Flujo de Caja **103**
Tabla N. 54 Tasa de descuento **104**
Tabla N. 55 PRI **106**
Tabla N. 56 Periodo de Reuperación de la Inversión **106**
Tabla N. 57 Relacion Costo Beneficio **107**
Tabla N. 58 Punto de Equilibrio (Servicio de Entrenamiento) **108**
Tabla N. 59 Punto de Equilibrio (servicios de Membresías) **109**

Tabla N. 60 Razón Corriente 111
Tabla N. 61 Nivel de Endeudamiento 111
Tabla N. 62 ROA 112
Tabla N. 63 ROE 112
Tabla N. 64 Análisis de impactos 113
Tabla N. 65 Impacto Ambiental 114
Tabla N. 66 Impacto económico 115
Tabla N. 67 Impacto productivo 115
Tabla N. 68 Impacto social 116

Figuras

Figura N. 1 PIB 7
Figura N. 2 Inflación anual 8
Figura N. 3 Tasa Activa 9
Figura N. 4 Marketing mix 28
Figura N. 5 Área Fitness 30
Figura N. 6 Maquinas 30
Figura N. 7 Área de Aseo personal 30
Figura N. 8 Custodia 31
Figura N. 9 Área Alimenticia 31
Figura N. 10 Flyers 34
Figura N. 11 Página de Facebook 36
Figura N. 12 Macrolocalización 73
Figura N. 13 Microlocalizacion 74

Gráficos

Grafico N. 1 Género 48
Gráfico N. 2 Edad 50
Grafico N. 3 Ocupación 51

Grafico N. 4 Pregunta 1 ..... **53**
Grafico N. 5 Pregunta 2 ..... **54**
Grafico N. 6 Pregunta 3 ..... **56**
Grafico N. 7 Pregunta 4 ..... **57**
Grafico N. 8 Pregunta 5 ..... **59**
Grafico N. 9 Pregunta 6 ..... **60**
Grafico N. 10 Pregunta 7 ..... **63**
Grafico N. 11 Pregunta 8 ..... **64**
Grafico N. 12 Pregunta 9 ..... **66**
Grafico N. 13 Pregunta 10 ..... **67**
Grafico N. 14 Factores de Localización Óptima **76**
Grafico N. 15 Plano **78**
Grafico N. 16 Matriz SLP **80**
Grafico N. 17 Flujograma de servicios **81**
Grafico N. 18 Servicio de Entrenamiento **109**
Grafico N. 19 Servicio de Membresías **110**

Resumen Ejecutivo

La creación de un gimnasio de entrenamiento físico contra el sedentarismo ha sido desarrollada para satisfacer el mercado demandante del sector de la Florida al Norte de la ciudad de Quito, con la finalidad de entregar un servicio de calidad y confort.

La competencia del sector es escasa que ofrecen el mismo servicio enfocado en el aumento muscular, dejando de lado la nutrición y necesidad de cada cliente, será dirigido a los habitantes ente los 15 a 45 años de edad considerando a todos los habitantes cercanos al sector.

Se contara con profesionales que ayudarán al desempeño de cada cliente, motivando a la población a mejorar su estilo de vida y concientizando a realizar una actividad física que ayude a su desempeño diario.

Abstract

The Creating a fitness gym against sedentary developed to meet the demanding market of Florida area north of the city of Quito, in order to deliver quality service and comfort.

Competition in the sector is scarce offers the same service focused on the muscle increase, ignoring the nutrition needs of each client, will be directed to the people 15 to 45 years old considering all nearby sector inhabitants.

It will feature professionals that will help the performance the routine of each customer, motivating people to improve their lifestyle and have awareness to be physically active to help their daily work.

Capítulo I

1. Introducción

La sociedad por mucho tiempo ha mantenido hábitos inadecuados para su desarrollo intelectual y físico sin concientizar que pueden afectar al desempeño funcional del cuerpo, atrayendo como consecuencias enfermedades que en ocasiones se vuelven mortales para aquellos que mantienen un estilo de vida sedentario.

En el tiempo actual realizar ejercicio es solo para verse bien o alcanzar un puesto en la sociedad, muchas veces dejando de lado la nutrición que va de la mano para que el estilo de vida mejore al pasar del tiempo.

Se realiza el siguiente proyecto de factibilidad enfocado en la creación de un gimnasio de entrenamiento físico contra el sedentarismo, ubicado en el sector norte de la ciudad de Quito, debido a la necesidad de los habitantes y tomando en cuenta sus expectativas.

Basando en el análisis profundo de los diferentes aspectos que forman parte de la aceptación de este servicio, procurando llegar a los habitantes y poder generar plazas de empleo, cubrir una demanda insatisfecha e incentivar a llevar un estilo de vida saludable y activo.

1.1Justificación

La actividad física se ha convertido en una parte fundamental en el estilo de vida de cada persona en la actualidad. Es la mejor manera de lograr mantenerse saludable en un mundo con un modo de vida acelerado y con la cantidad de comida rápida cargada de grasas saturadas y demás alimentos tratados químicamente que contribuyen al quebranto de la salud de las personas.

Los gimnasios surgen por la necesidad de conseguir las medidas perfectas, la mejor alternativa sin recurrir al bisturí. Por tal motivo se crea el servicio de entrenamiento, el cual ofrecerá al público en general diversas disciplinas físicas ajustadas a los requerimientos y con personal profesional capaz de asesorar a los usuarios.

Incursionar en el mercado de entrenamiento físico, proporcionara plazas de empleo a personas dedicadas a moldear el cuerpo, ayudando en base a su experiencia, a la disminución de personas sedentarias.

Se cubrirá las necesidades y gustos que se requiere, existirán personas que desearan un servicio de calidad y satisfacción con el cual logren cumplir con los objetivos personales, brindando un ambiente armonioso y relajado, para que puedan realizar las rutinas de manera fácil y entusiasta. Puesto que con ello estimularan los músculos, ayudarán al tamaño, grosor y fuerza del cuerpo.

1.2 Antecedentes

En el Distrito Metropolitano de Quito han existido varios establecimientos que brindan el servicio de entrenamiento, los cuales por años tratan de cubrir casi en su totalidad la necesidad de las personas.

Al realizar actividad física, todos los órganos del cuerpo se ponen en movimiento, el cual ayuda a deshacer el almacenamiento de grasa, fortalecer los músculos, los huesos y revitalizan el sistema circulatorio, de tal manera que el cuerpo se mantenga más activo, evitando mantenerse inactivo. (Falkowski M, 2007) Señala que ¨Los elementos necesarios para obtener formas definidas, no solo son los ejercicios, también la exposición, el desarrollo y la práctica de los mismo, tanto individual como en grupo, por lo que será profesor, entrenador, el que debe buscar las formas idóneas para atraer a las personas a la práctica deportiva.¨

Muchos de los establecimientos existentes olvidan de ver a su alrededor y proporcionan los mismos servicios de siempre como es el fisicoculturismo que solo proporciona aumento de músculos, evitando un cambio radical que pretenda llamar la atención de las personas y motivándolas a llevar un vida más activa y saludable, teniendo siempre en su mente el objetivo de sentirse bien y acoplándose a un estiló de vida acelerado, que muchas veces es el causante de que las personas hagan a un lado la sola idea de mantenerse sanos.

Es desde ese momento que el sedentarismo viene a ser una de las enfermedades más comunes siendo la cuarta de mortalidad en el mundo, ya que al mantenerse inactivo provoca serie de malestares que repercuten dentro de la salud humana.

Provocando al cuerpo a desarrollar sobrepeso, obesidad, hipertensión arterial, diabetes, problemas cerebrovasculares, osteoporosis, estrés, entre otros. (Salinas N, 2005) Señala que "Las disfunciones resultantes reducen aún más las capacidades de rendimiento, no pocas veces agravadas por el exceso de peso que evoluciona paralelamente al sedentarismo".

El gimnasio brindará un servicio que ayudará a fortalecer y disminuir grasa localizada en cada parte del cuerpo, contará con duchas y casilleros que proporcionará mayor seguridad y confort en las personas que se encuentren en el establecimiento.

Un beneficio adicional, será el servicio de restaurante buffet el que estará adecuado con una despensa y comida específicamente saludable y nutricional, que ayudará a encontrar ese equilibrio en su salud, será muy beneficioso, ya que no se preocuparan de dónde encontrar un sitio donde alimentarse de esta manera y que mejor si es en el mismo lugar donde ejercitan su cuerpo.

"El proceso de nutrición es involuntario y depende de la acertada elección alimentaria el poder asumirlo de forma satisfactoria, es decir si elegidos los

alimentos adecuados para la preparación de las nuestras comidas aportaran nutrientes que necesitamos diariamente". (Sara Marquez R, 2012)

Capítulo II

2. Estudio del Mercado

Es determinar al mercado objetivo (target del mercado) al que se dirige la empresa, así como su capacidad o potencial de compra. (Díaz, pag.95)

2.1 Ambiente externo

Se refiere a las fuerzas e instituciones fuera de la organización que pueda influir con su desempeño. (Robbins, 2005,pag. 45)

2.1.1 Factor económico

Son los relacionados con el comportamiento de la economía de bienes y servicios, tanto a nivel nacional o internacional. (Robbins, 2005,pag. 47)

Los factores a consideran son los siguientes:

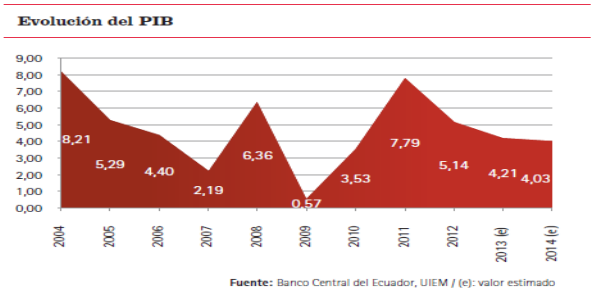
- PIB
- Inflación
- Tasa activa
- Canasta familiar

2.1.1.1 PIB anual

El crecimiento en el país se ha dado como resultado de la importante inversión que se ha originado desde el sector público.

El Banco Central del Ecuador proyecta una tasa un 4.03%, aproximadamente en el 2014.

Figura N. 1 PIB Anual



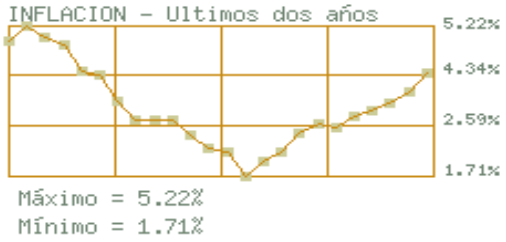
Fuente: Banco Central del Ecuador, UIEM / (e): valor estimado

El flujo de dinero destinado al gasto de servicios en el sector se acondicionamiento físico especialmente para lo que es gimnasio es de 110 mensuales que en el año es un total de $1320 que equivale al 32 % de salario básico.

2.1.1.2 Inflación anual

Es una medida estadística que ayuda a determinar el crecimiento continuo de os bienes y servicios demandados por los consumidores.

Figura N. 2 Inflación anual



Fuente: Banco central del Ecuador

Tabla N.1 Inflación anual

FECHA	VALOR
Mayo-31-2014	3.41 %
Abril-30-2014	3.23 %
Marzo-31-2014	3.11 %
Febrero-28-2014	2.85 %
Enero-31-2014	2.92 %
Diciembre-31-2013	2.70 %
Noviembre-30-2013	2.30 %
Octubre-31-2013	2.04 %
Septiembre-30-2013	1.71 %
Agosto-31-2013	2.27 %
Julio-31-2013	2.39 %
Junio-30-2013	2.68 %
Mayo-31-2013	3.01 %
Abril-30-2013	3.03 %
Marzo-31-2013	3.01 %
Febrero-28-2013	3.48 %
Enero-31-2013	4.10 %
Diciembre-31-2012	4.16 %
Noviembre-30-2012	4.77 %
Octubre-31-2012	4.94 %
Septiembre-30-2012	5.22 %
Agosto-31-2012	4.88 %
Julio-31-2012	5.09 %
Junio-30-2012	5.00 %

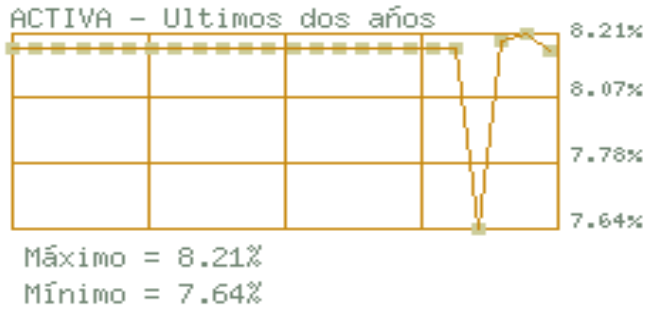
Fuente: Banco Central del Ecuador

En enero de 2013 se ubicó en 4,10%. .Por su parte, la inflación anual en enero de 2014 fue de 2,92%, en el mes anterior fue de 2,70% lo cual nos indica una reducción en este año, lo que quiere decir que sería beneficioso ya que así los bienes que necesitaremos estarán mucho más bajos y fáciles de adquirir.

2.1.1.3 Tasa activa

La tasa activa representa una variable clave en la economía ya que indica el costo de financiamiento de las empresas.

Figura N. 3 Tasa Activa



Fuente: Banco Central del Ecuador

Tabla N. 2 Tasa Activa

FECHA	VALOR
Agosto-31-2014	8.16 %
Julio-30-2014	8.21 %
Junio-30-2014	8.19 %
Mayo-31-2014	7.64 %
Abril-30-2014	8.17 %
Marzo-31-2014	8.17 %
Febrero-28-2014	8.17 %
Enero-31-2014	8.17 %
Diciembre-31-2013	8.17 %
Noviembre-30-2013	8.17 %
Octubre-31-2013	8.17 %
Septiembre-30-2013	8.17 %
Agosto-30-2013	8.17 %
Julio-31-2013	8.17 %
Junio-30-2013	8.17 %
Mayo-31-2013	8.17 %
Abril-30-2013	8.17 %
Marzo-31-2013	8.17 %
Febrero-28-2013	8.17 %
Enero-31-2013	8.17 %
Diciembre-31-2012	8.17 %
Noviembre-30-2012	8.17 %
Octubre-31-2012	8.17 %
Septiembre-30-2012	8.17 %

Fuente: Banco Central Del Ecuador

En el año 2013 fue de 8,17% manteniéndose constante hasta enero del 2014, en Mayo 2014 descendió en un 1% menos a las constantes que tenía, y por consiguiente el cambio brusco desde ese mes subió de 3% a un 4 % más que el último mes.

2.1.1.4 Canasta familiar

La canasta familiar viene siendo uno de los factores primordiales dentro de una sociedad ya que de esto depende la evolución de ingresos. Las familias de 4 integrantes tienen ingresos relevantes de 1,6 salarios básicos, el promedio de ingreso es $ 545,07, que sirve para cubrir un 92,7% del valor total de la canasta es decir cubre una parte mínima de la canasta, y el resto faltante es lo que pone en inestabilidad familiar, por tal motivo se decide que en la familia trabajen dos miembros para cubrir en su totalidad y así mantener una estabilidad.

Pero en ciertas ocasiones al subir los salarios se eleva la canasta familiar que impide que se equilibre la estabilidad de ingresos familiares.

Es por eso que al brindar el servicio de entrenamiento, se analizara muy bien este factor para poder brindar un servicio de calidad pero a la vez proporcione una estabilidad y tranquilidad de los ingresos de cada cliente y no tenga incertidumbre de que la inversión este tipo de servicio vaya afectar en su mayoría a sus finanzas.

2.1.2 Factor Social

Son aquellos que permiten definir el perfil de las personas. (Galindo, 2006,pag.7)

Los factores que aquejan a nuestra sociedad y se han vuelto problemas casi incontrolados, dando como resultado los índices altos desempleo, bajos salarios, alto

costo de la vida, entre otros. Buscando solo el bienestar común y no social que prolongué la mejor calidad de vida de cada una de las personas.

En promedio medio de la tasa de desempleo es de un 4,8 % a un 4,97% manteniéndose dentro de esos porcentajes, los cuales han reduciendo en comparación del resto de años.

Cabe resaltar que entre las afecciones más comunes en los países es la migración con lo cual disminuye la evolución máxima de un país ya que ese factor humano está evolucionando entro país, pero invertiendo en su país o enviando ingreso que sustenten a sus familias. Dando como resultado delincuencia que en algunos sectores se desarrolla por problemas interfamiliares o simplemente por una necesidad no atendida, es por eso que el estado busca la manera de erradicar este problema, facilitando y motivando al emprendimiento de su población para que de esta manera se produzcan plazas de empleo que sustente la necesidad de las personas.

El establecimiento estará siempre alerta a los cambios que sufra la sociedad, los que ayudaran a entregar un servicio y produciendo una calidad de vida para la sociedad.

2.1.3 Factor legal

Consiste en las leyes, dependencias del gobierno y grupos de presión. (Galindo, 2006, pag. 8)

El Ecuador es un país democrático, pero tiene leyes y normas que deben ser cumplidos por cada una de las personas que pertenecen o permanecen en el país. Estas leyes son dictadas por la Asamblea Nacional que a favor del cuidado del país y su población emite las leyes obligatorias que se deben cumplir.

Son indispensables para el funcionamiento, ya que de esta manera se administra la calidad de servicio que ofrecerá y protección que brindara durante un periodo indeterminado. El establecimiento por lo tanto deberá regirse a las normas que se requieren para poder funcionar.

2.1.4 Factor Tecnológico

Nuevas tecnológicas crean oportunidades y mercados nuevos con mayor calidad y mejor precio. (Alcalde, 2007, pag.15)

El factor tecnológico es primordial en el desarrollo del país, y asiéndolo más competitivo con el resto de países. Muchas de las empresas no invierten en la innovación, porque se sienten inseguros en sus resultados, sabiendo que la tecnología es uno de los desafíos más comunes dentro del sentido global y que debería estar siempre latente en una organización para ayudarla a su productividad.

El beneficio de este factor nos ayuda a competir y producir una productividad muy favorable al adoptar un sistema tecnológico permite mejorar el servicio proporcionando calidad, por tal motivo el establecimiento deberá innovarse a cada

momento, llamando la atención del consumidor. Adoptando software que permita a los usuarios informarse de manera rápida y produciendo comodidad.

2.2 Entorno local

Relación entre territorio e innovación existente a través de la empresa. (Baquero, 2005, pag.87)

2.2.1 Clientes

Son aquellas personas que tienen cierta necesidad de un producto o servicio. (Cabrero, 2007)

La afluencia mayor existente es de los hombres con un 59,4% frente al 54,5% perteneciente a las mujeres, es decir tienen un 4.9% de diferencia con lo que en su mayoría asisten para reafirmar músculos o simplemente adelgazar, dejando de lado que todo va en conjunto con la forma de alimentarse, además las 87,8% pertenecen a personas asalariadas, ya que por su dependencia están libres en organizar su tiempo.

Los clientes que formaran parte del establecimiento serán todas las personas de entre 16 a 45 años y a clase media, media alta y alta que deseen cambiar su ritmo de vida, gozando de un beneficio que ayudara a su nutrición estabilidad con su organismo.

2.2.2 Proveedores

Son los actores que ayudan a la empresa a promover pero no generan recursos directos. (Amparano, 2005, pag. 123)

Nuestros proveedores se concentraran solo en abastecer de máquinas requeridas y de alimentos saludables existentes.

Por ser un servicio nuevo en el sector deberemos analizar los posibles candidatos, que estén en capacidad de satisfacer lo requerido, es aquí donde podremos analizar los proveedores de la competencia para sacar un provecho de ello, al analizarlos los que tengan más importancia son los de mantenimiento de las maquinas, la instalación y los que nos abastecerán con suplementos nutricionales.

2.2.3 Competidores

Aquellas sociedades que prestan o producen el mismo servicio dentro de un mismo mercado. (Daniel Martínez Pedros, 2012, pag.41)

Se debe analizar la competencia y evaluarla para así verificar sus debilidades y partir de ahí para poder ser competitivos y productivos elevando a gran magnitud el servicio. De esto dependerá el grado de competencia que tendremos siendo casi imposible superarnos y mejorando cada día con las desventajas de los demás.

Existe poca competencia alrededor, ya que no cuentan con todos los servicios que tendrá nuestro establecimiento, presentándose una ventaja posiblemente

conveniente para nosotros, incentivándonos a tener un sentido de entrenamiento más amplio entregando comodidad y satisfacción al usuario.

2.3 Propuesta Estratégica

Es una función de la empresa que ayuda a definir lo que se espera al futuro. (Veiga, 2008, pag. 270)

2.3.1 Misión

Establece la vocación de la empresa para enfrentar retos determinados con el aspecto emocional o racional de la misma es decir la razón de ser de la empresa. (Vertice, 2004, pag .40)

Motivar y educar de manera eficiente a nuestros clientes a llevar un estilo de vida saludable sin importar la edad. Mediante programas de nutrición y entrenamiento que mejore la salud, seguridad y comodidad para los usuarios.

2.3.2 Visión

Constituye el conjunto de resultados de experiencias que ayudan a los miembros de la organización a ver hacia el futuro. (Vertice, 2004, pag. 39)

Ser uno de los mejores establecimientos que brindan un servicio de calidad con bienestar social común, ayudando a las personas a llevar un estilo de vida sano evitando el sedentarismo.

2.3.1.3 Objetivos

Es aquel propósito en un periodo determinado.

Incentivar aun entrenamiento físico para que las personas mantengan una vida más saludable**.**

2.3.1.3.1 Objetivos Generales

Son aquellos que reflejan la finalidad de una acción.

Ofrecer servicios de entrenamiento y nutrición con profesionales capacitados en las diferentes áreas de acuerdo al nivel físico de los clientes.

2.3.1.3.2 Objetivos Específicos

Son aquellas acciones que se realizaran para llegar al objetivo general.

- Verificar el financiamiento que permitan la implementación del gimnasio en el sector de la Florida.
- Determinar la forma en que se llevará a cabo el funcionamiento y operatividad
- del proyecto.
- Análisis del mercado que defina la aceptación del servicio.

Evaluar mediante indicadores financieros la viabilidad y factibilidad del proyecto.

2.3.1.4 Valores

Son características que orientan la acción de un ser humano, es decir normas de carácter general. (Vertice, 2004, pag .44)

El gimnasio tendra como cultura general, brindar el mejor servicio mediante una atencion cordial y precisa ante las necesidades del cliente.

Excelencia

Capacidad de brindar lo mejor.

Puntualidad

Comprometidos a brindar atención a cada requerimiento de las personas.

Compromiso

Cumplir con las expectativas que las personas esperan para su evolución.

2.3.2 Gestión Administrativa

Es la capacidad de la institución para definir, alcanzar y evaluar sus propósitos con el adecuado uso de los recursos disponibles. (Matosabreu, 2007, pag. 60)

Dentro de la administración se llevara de manera sistemática a cada uno de los usuarios, llevando un proceso productivo del mismo que ayude a un mejoramiento del sistema, además siempre estará pendiente de lo que ocurra a su alrededor para producir estrategias que sobre guarden tanto a los usuarios como al personal interno.

2.3.2.1 Selección de personal

Es el proceso que comprende en la recopilación de información sobre los futuros candidatos a un puesto de trabajo. (Vertice, 2007,pag.4)

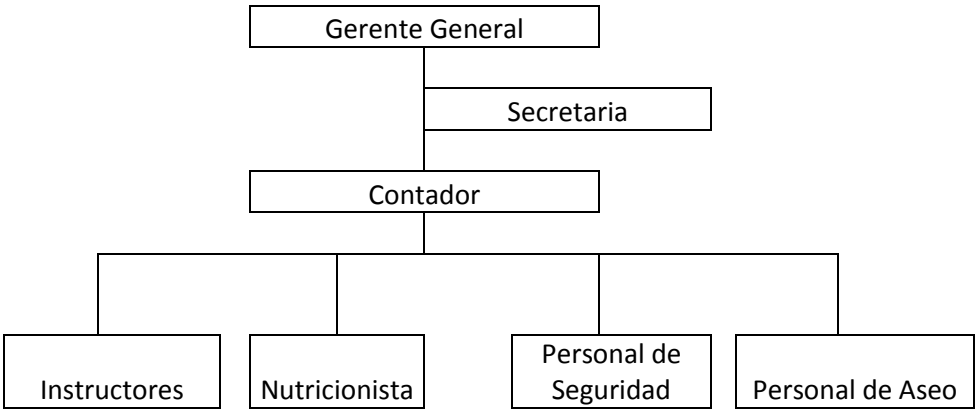
El proceso de búsqueda y selección comenzará con la definición de características precisas que debe tener el postulante con un listado de tareas que deberá cumplir en el puesto, además se seleccionara mediante entrevistas que estarán a cargo de la secretaria que tiene conocimiento de este ámbito, después de realizada la entrevista, se lo seleccionara y se proseguirá a acoplarlo dentro del ámbito laboral

interno de la empresa capacitándole e informándole cada norma establecida dentro de la empresa.

2.3.2.2 Organigrama

Es la estructura formal de autoridad y de la división especializada del trabajo. (Orozco, 2007, pag.87)

Es el proceso jerárquico con el que se llevará a cabo las funciones de cada actividad interna que ayudará a direccionar de mejor manera el procedimiento de trabajo a realizarse por cada uno de los integrantes.



2.3.2.3 Manual de funciones

Tabla N. 3 Manual de Funciones Gerente General

Manual de Funciones	
Nombre de Cargo:	Gerente General
Jefe Inmediato:	Ninguno
Personas a cargo:	1
Objetivo: dirigir, organizar y alcanzar objetivos propuestos para el bienestar de la empresa.	
Funciones	
1. Supervisar el cumplimiento de las funciones de cada uno de sus subordinados. **2. Establecer metas u objetivos que ayudaran al desarrollo de la empresa.** **3. Proteger y cuidar el bienestar de cada uno de los miembros.** **4. Solicitar informes.** **5. Verificar el buen uso y mantenimiento del establecimiento.** **6. Incentivar al personal a brindar un buen servicio.**	

Elaborado por: Katherine Chávez

Tabla N. 4 Perfil de Cargo Gerente General

Perfil de Cargo	
Educación	**Experiencia**
Administrador de empresas	1 años
Formación	**Actitudes**
Instructor Físico	Fluidez, Liderazgo, responsabilidad, Cortesía

Elaborado por: Katherine Chávez

Tabla N. 5 Manual de Funciones Contador

Manual de Funciones	
Nombre de Cargo:	Contador
Jefe Inmediato:	Gerente General
Personas a cargo:	1
Objetivo: Establecer y realizar informes financieros.	
Funciones	
1. Analizar e interpretar informes financieros. **2. Asesoramiento al gerente en cuestiones financieras.** **3. Llevar la contabilidad de la empresa.**	

Elaborado por: Katherine Chávez

Tabla N. 6 Perfil de Cargo Contador

Perfil de Cargo	
Educación	**Experiencia**
Estudiante de Auditoria	5 años
Formación	**Actitudes**
Auxiliar contable	Responsable, Honesto

Elaborado por: Katherine Chávez

Tabla N. 7 Manual de Funciones Instructor

Manual de Funciones	
Nombre de Cargo:	Instructor
Jefe Inmediato:	Gerente General
Personas a cargo:	2
Objetivo: Llevar a cabo y cumplir con las expectativas de los usuarios.	
Funciones	
1. Dirigir cada una de las actividades a realizarse. **2. Indicar las rutinas y ejercicios programados.** **3. Permanecer pendiente de cada uno de los usuarios.**	

Elaborado por: Katherine Chávez

Tabla N. 8 Perfil de Cargo Instructor

Perfil de Cargo	
Educación	**Experiencia**
Entrenamiento Físico	2 año
Formación	**Actitudes**
Licenciado en educación física	Tolerante, Activo, Ágil, Respetuoso.

Elaborado por: Katherine Chávez

Tabla N. 9 Manual de Funciones Nutricionista

Manual de Funciones	
Nombre de Cargo:	Nutricionista
Jefe Inmediato:	Gerente General
Personas a cargo:	1
Objetivo: Motivar a una alimentación sana.	
Funciones	
1. Actuar sobre la nutrición y alimentación mediante un diagnóstico médico. **2. Promocionar charlas de hábitos alimenticios.** **3. Conocimiento corporal.**	

Elaborado por: Katherine Chávez

Tabla N. 10 Perfil de Cargo Nutricionista

Perfil de Cargo	
Educación	**Experiencia**
Especialista en alimentos saludables	2 años
Formación	**Actitudes**
Nutricionista, Dietista	Eficiente, Cooperador, Honesto, Exigente.

Elaborado por: Katherine Chávez

Tabla N. 11 Manual de Funciones Personal de Aseo

Manual de Funciones	
Nombre de Cargo:	Personal de Aseó
Jefe Inmediato:	Gerente General
Personas a cargo:	1
Objetivo: Limpieza del establecimiento	

Funciones
1. Limpieza de establecimiento.
2. Limpieza de máquinas.

Elaborado por: Katherine Chávez

Tabla N. 12 Perfil de Cargo Personal de Aseo

Perfil de Cargo	
Educación	**Experiencia**
No especifica	2 años
Formación	**Actitudes**
Técnico en Seguridad	Eficiente, Honesto, Exigente, Puntual.

Elaborado por: Katherine Chávez

Tabla N. 13 Manual de Funciones Personal de Seguridad

Manual de Funciones	
Nombre de Cargo:	Personal de Seguridad
Jefe Inmediato:	Gerente General
Personas a cargo:	2
Objetivo: Mantener la seguridad del establecimiento	
Funciones	
1. Proveer las condiciones del establecimiento. **2. Mantener informes de seguridad interna**	

Elaborado por: Katherine Chávez

Tabla N. 14 Perfil de Cargo personal de Seguridad

Perfil de Cargo	
Educación	**Experiencia**
Especialista en Seguridad Interna	4 años
Formación	**Actitudes**
	Honesto, eficiente, Puntual.

Elaborado por: Katherine Chávez

Tabla N. 15 Manual de Funciones Secretaria

Manual de Funciones	
Nombre de Cargo:	Secretaria
Jefe Inmediato:	Gerente General
Personas a cargo:	1
Objetivo: Resguardo de información de la empresa.	
Funciones	
1. Organizar información.	
2. Recepción de datos.	

Elaborado por: Katherine Chávez

Tabla N. 16 Perfil de Cargo secretaria

Perfil de Cargo	
Educación	**Experiencia**
Estudiante de Recursos Humanos	3 años
Formación	**Actitudes**
Atención al cliente	Responsable, Honesta, Capaz.

Elaborado por: Katherine Chávez

2.3.3 Gestión Operativa

Es un proceso que se orienta a los recursos y esfuerzos para llegar a una meta de una organización en un tiempo establecido. (Anaya, 2011, pag. 30)

Se establecerá metas para realizarlas a un corto plazo que beneficie a la organización ayudando a una productividad rápida que beneficie a los usuarios y por lo tanto optimizar el tiempo y lograr el objetivo individual.

2.3.4 Gestión comercial

Es una de las actividades más importantes para la promoción de cualquier producto, es necesario tener registradas todas las acciones comerciales, obtener listados y explotar datos. (Arca, 2005, pag.55)

Es una de las actividades que es primordial dentro de una organización ya que de esta depende como se va a ir evolucionando y promocionando el servicio que se prestara y obteniendo de esta manera una productividad, es aquí donde toda la capacidad del grupo se verá enfocado en alcanzar un nivel alto mediante un proceso de comercialización adecuada y eficiente que garantice el servicio.

Como parte de la comercialización se realizaran boletines, publicidad radial, televisiva y paneles publicitarios que recrearan el servicio nuevo que se realizara con eficiencia al cumplir sus objetivos comunes.

2.3.4.1 Logotipo

Morado

Simboliza el más alto nivel espiritual y mental, capaz de combatir los miedos y aportar paz.

Naranja

Simboliza la energía, alegría, felicidad, atracción y creatividad.

Azul

Simboliza lo fresco y lo transparente, tiene un efecto tranquilizador para la mente.

Blanco

Aporta paz y confort, alivia la sensación de desespero y de shock emocional, ayuda a limpiar y aclarar las emociones, los pensamientos y el espíritu.

Eslogan

Fuerza y Salud en armonía con tu cuerpo.

2.3.4.2 Aplicación del Marketing mix

El marketing mix es el conjunto de herramientas controlables e interrelacionadas que disponen los responsables de marketing para satisfacer las necesidades del mercado y a la vez conseguir los objetivos de la organización. (Ardura, 2006, pag. 69)

El marketing mix se lo utiliza para el análisis de cuatro aspectos relevantes los cuales son: producto, precio, plaza y distribución los cuales ayudaran a desarrollar estrategias precisas para su evolución.

Figura N. 4 Marketing mix

2.3.4.3 Estrategias Marketing Mix

2.3.4.3.1 Producto

Es un instrumento del cual la empresa dispone para satisfacer las necesidades del consumidor. (Ardura, 2006, pag. 70)

El gimnasio ofrecerá un ambiente tranquilo y con un servicio de calidad que proporcione bienestar a los clientes a la hora de realizar el entrenamiento. El local poseerá colores y música inspiradora a la hora de realizar las rutinas y espejos que armonicen la concentración del cliente al observarse, poseerá casilleros para su comodidad y con duchas temperadas que formaran parte del aseo personal de cada cliente, además tendrá un servicio adicional de nutrición el cual ayudara a su evolución, tendrá un espacio especial para consumir suplementos alimenticios y otros productos.

El gimnasio tendrá una cultura de servicio que adicionará calidad al servicio de esta manera el cliente deseará compartir más momentos dentro del establecimiento, cada una de las actividades realizadas serán registradas por la recepcionista que solo con su nombre de usuario podrá verificar sus días de asistencias y el avance que ha obtenido desde el primer día.

Ambiente

Figura N. 5 Área Fitness

Figura N. 6 Maquinas

Figura N. 7 Área de Aseo personal

Figura N. 8 Custodia

Figura N. 9 Área Alimenticia

2.3.4.3.2 Precio

Es el elemento que aporta ingresos a la empresa es la cantidad de dinero que el consumidor paga para adquirir un producto, cual se fija a corto plazo. (Ardura, 2006, pag .70)

El precio se establece mediante un análisis a la competencia si tiene precios bajos altos, simplemente la igualamos, de acuerdo al nivel de economía del sector, ofreciendo un accesible servicio y que garantice su precio con la entrega del servicio.

Las maneras de pago semestrales o mensualidades que se acoplen al estilo de vida del consumidor, en ciertas temporadas habrán promociones para captar mas clientes en temporadas bajas.

2.3.4.3.3 Plaza o Distribución

La distribución en global todas las actividades que posibilitan el flujo de productos desde la empresa que los fabrica o produce hasta el consumidor. (Ardura, 2006, pag.71)

Se informara la existencia del gimnasio es decir se emitirá un mensaje positivo que llame la atención del cliente, proporcionando seguridad del servicio y garantizando sus resultados, debido a la forma en la que se trabajara en el entrenamiento.

2.3.4.3.4 Publicidad

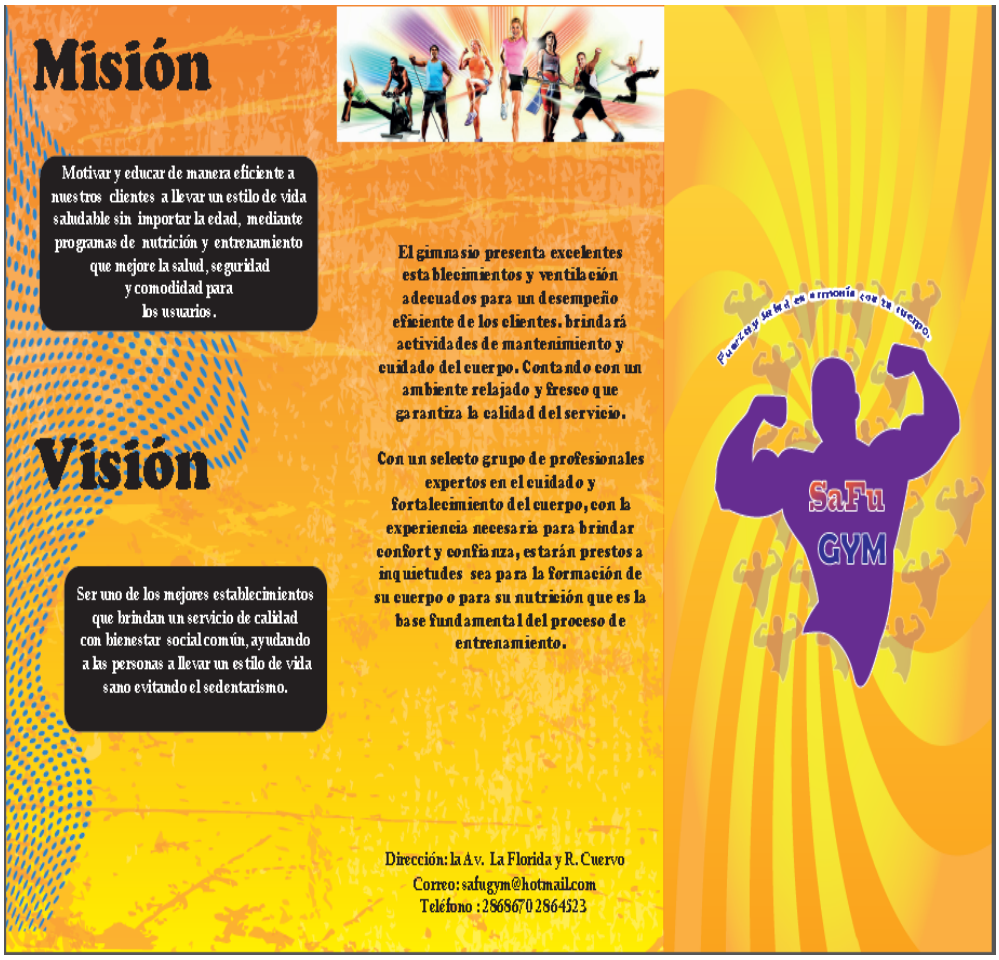
Es aquella que engloba las actividades mediante las cuales la empresa informa que de que el producto existe, así como sus características y beneficios. (Ardura, 2006, pag.71)

Se utilizará la publicidad boca a boca ya que es la que mayor relevancia por el hecho que vine con doble intención es decir trae consigo una recomendación.

Además se lo realizara mediante Flyers, Página en Facebook para proporcionar esa confianza que el consumidor espera, poniendo en claro todos los beneficios que se obtendrán dentro del establecimiento.

2.3.4.3.4.1 Flyers

Figura N. 10 Flyers



Servicios
Entrenamiento físico
Force Training
Pilates
Latin Mix
Trekking
Streching Gap
Aumento de musculación
Bailoterapia / Aeróbicos
ARMY Training
Core balance
Cardio Boxing
Fitball
Servicio adicional
Duchas térmicas
Despensa nutricional (bar)
Sesión nutricionista
Kit deportivo
Casilleros

2.3.4.3.4.2 Página de Facebook

Figura N. 11 Página de Facebook

2.3.4.3.4.3 Promoción de venta

Al momento de que el cliente entre a las instalaciones del gimnasio y comience la inscripción de acceso, se le proporcionará un plan de nutrición el cual ayude a su evolución.

Tabla N.17 Plan Nutrición

2º	Desayuno	Media Mañana	Comida	Merienda	Cena
LUNES	Leche y galletas	Fruta	Ensalada de lechuga, tomate, zanahoria y atún en aceite Pechuga empanada con papas Pan y Fruta	Queso Blanco y fruta	Judías verdes hervidas con vinagreta Lenguado a la plancha Yogur Pan
MARTES	Yogur y tostadas	Zumo de fruta y galletas	Arroz a la Cubana Cordero a la plancha con lechuga Pan y Fruta	Pan con aceite y sal y un yogur	Vichyssoise Rape en salsa Pan y Fruta
MIERCOLES	Leche con cacao y colines	Macedonia de frutas	Menestra de Verduras Longanizas con patatas Fritas Pan y Fruta	Pan con chocolate	Hervido de patata judía y cebolla Pescadilla a la romana Pan y Fruta
JUEVES	Leche y pan integral con miel	Yogur y fruta	Gazpacho Albóndigas en salsa Pan y Fruta	Galletas y carne de membrillo	Tortilla de patata Jamón de York y lechuga Pan y Fruta
VIERNES	Manzana y leche	Pan con queso blanco	Fideos de pescado Conejo Asado Pan y Fruta	Pan con Jamón	Espinacas a la Crema Bacaladitos Fritos Pan y Fruta
SABADO	Leche y galletas	Pan con aceite y jamón	Ensaladilla de verduras Filete Ruso con tomate frito Pan y Fruta	Yogur y Fruta	Crema de calabacín Mero a la plancha Pan y Fruta
DOMINGO	Chocolate y picatostes	Zumo de frutas y galletas	Paella de Pollo Ensalada de lechuga y tomate Pan y Fruta	Batido de Frutas y galletas	Ensalada con jamón Merluza en salsa Pan y Fruta

Fuente: Plan Nutricional Deportivo

2.4 Análisis FODA

Es una herramienta que permite hallar un diagnóstico preciso en función de ello tomar decisiones. (Borello, 2006,pag.67)

2.4.1 Oportunidades

Tabla N.18 Oportunidades

Oportunidades	Alto	Medio	Bajo
1. Acceso a financiamientos con membresías.	x		
2. Cumplimiento de exigencias del mercado		X	
3. Convenio con empresas públicas y privadas.		X	
4. Estimular al cliente de mejorar su estilo de vida.	x		
5. Tecnología		X	

Elaborado por: Katherine Chávez

2.4.2 Amenazas

Tabla N. 19 Amenazas

Amenazas	Alto	Medio	Bajo
1. Competencia con conocimiento del área y mercado		x	
2. Incremento del valor de la canasta básica	x		
3. Existencia de productos sustitutos.			X
4.Competencia ofrezca mismo servicio a bajo costo		x	
5.Poca aceptación			X

Elaborado por: Katherine Chávez

Capítulo III

3. Estudio de mercado

Antecedente necesario para los análisis técnicos, financieros y económicos del proyecto, tales como el grado de necesidad o la cuantía de la demanda. (ILPES, 2006,pag.71)

De esta manera se obtendrá los resultados necesarios para lograr cubrir la demanda dentro de ese mercado, es decir llegando a la satisfacción de los clientes.

3.1 Análisis del consumidor

Demuestra cuáles son los motivos y las acciones que conducen a los consumidores a adquirir unos productos u otros, dependiendo de ellos la viabilidad de la empresa. (Descals, 2006,pag.14)

Al analizar al consumidor podremos determinar a que segmento estamos dirigidos, cubriendo las necesidades y gustos de las personas, ya que el consumidor es aquel que posiciona a una empresa, siendo una de las partes más importantes de su evolución.

3.1.1 Determinación de la población y muestra

Determinación de la población, se basa en una investigación de la totalidad de la población. Por otro lado la muestra, analiza cierta parte de la población que sea representativa de la misma. (Viedma, 1993,pag. 1887)

3.1.1.1 Población

Es el conjunto de individuos que tienen ciertas caracteristicas o propiedades que se desea estudiar. (M. Teresa Icart Isern, 2006,pag. 55)

3.1.1.2 Muestra

Es el grupo de individuos que realmente se estudiaran, es decir es el subconjunto de la poblacion. (M. Teresa Icart Isern, 2006, pag. 55)

De acuerdo con este proyecto la muestra se realizara con la siguiente formula:

$$n = \frac{z.p.q.N}{e(N-1)+(e).p.q}$$

$$n = \frac{(1,96).(0.50).(0,50).37357}{(0,05).(37357-1)+(1,92).(0,50).(0,50)}$$

$$n = \frac{35877,66}{94,31}$$

$$n = 380,42$$

3.1.2 Tecnicas de obtencion de informacion

Las tecnicas ayudan a recabar datos o informacion, existen dos tipos de tecnicas las cualitativas, analiza e interpreta datos que no son objetivos, es decir no realizan analisis numericos y las cuantitativas, obtener infomacion representativa del objeto de estudio. (J. Enrique Bigné, 2000,pag. 275)

Estas tecnicas facilitan la recopilacion de informacion que necesitamos de una manera mas ordenada y precisa obtenidendo resultados veridicos del estudio a realizarse.

3.1.2.1 La encuesta

Se la define como aquella tecnica primaria de obtencion de informacion de un objetivo, compuesta de preguntas que garantice o afirme la informacion proporcinada. (Ildefonso Grande, 2005, pag.14)

Se utiliza para obtener informacion correcta de un objeto a ser analizado, obteniendo caracteristicas de la poblacion, que de esta manera ayuden a establecer la toma de desiciones.

Las encuestas se dividen en personales y no personales:

Las encuestas personales son aquellas en la que intervienen dos personas, la una recaba datos sobre informacion proporcionada por la otra, atraves de un cuestionario estructurado.

Las encuestas personales se dividen en diferentes clases como:

A domicilio: es una tecnica costosa por tiempo y localizacion con elementos atraves de la muestra.

En establecimientos: el cuestionario es previamete estructurado, para realizarlo en locales comerciales, tiendas,entre otros.

Encuesta telefonica: se la realiza a traves de un telefono de encuestado a encuestador, mediante un cuestionario previamente estructurado.

Telefonia asistida: se la realiza mediante un telefono conectado a un ordenador, que tiene un cuestionario estructurado, con el cual solo deben seleccionar las respuestas en las casillas correspondientes.

Finalmente las ómnibus: consiste en un avariedad de encuestas realizadas por una institucion periodicamente con un cuestionario multitematico.

Encuestas no personales: son aquellas que se realizan mediante cuestionarios enviados por correos adjuntado con una carata de presentacion, losresultados se recojen mediante la devolucion del mismo.

3.1.2.1.1 Etapas de la encuesta

Revision de los cuestionarios: se procede al examen fisico de los cuestionarios, se comprueba que esten debidamente llenadas que cumplan con el objetivo y que se encuentren completas.

Codificacion y recopilacion de los cuestionarios: las preguntan suelen asignarse codigos numerico el cual ayuda a facilitar el conteo respectivo.

Validacion de la encuesta: una vez codificados los cuestionarios se procede a la validacion de muestra representativa de la poblacion , con respectiva ponderacion, verificando la informacion.

Análisis de la informacion: es uno de los pasos mas importantes, despues de codificada, archivada y depurada se realiza el analisis profundo de las preguntas.

3.1.2.1.2 Tipos de preguntas

Por la libertad de eleccion

Preguntas abiertas: se responde libremente, las respuestas son mas expontaneas pero el analisis es mas costo, basicamente estas preuntas no se efectual a personas con nivel de cultura o intelectual bajo.

Preuntas cerradas: son aquellas q sus alternativas tienen limitacion, no necesita mucho de pensar al momento de responder.

Preguntas semicerradas: proporcionan alternativas de respuestas cerradas y se deja la posibilidad de responder libremente ciertas preguntas.

Por la cantidad de respuestas y su relacion

Preguntas dicotomicas: son aquelllas que solo existen dos alternativas de respuesta es decir si o no.

Preguntas con multiples respuestas: aquellas preguntas que brindar variedad de alternativas al responder.

3.1.2.2 Cuestionario

Es un conjunto de preguntas articuladas y coherentes para obtener información necesaria para la investigación. (Ildefonso Grande, 2005, pag.23)

Se debe considerar lo siguiente:

1. Decidir qué tipo de información hace falta: la información que contiene el cuestionario está determinado por los objetivos de la investigación que se desea realizar, mediante medición de aptitudes, comportamiento u opiniones.
2. Decidir el tipo de cuestionario:
3. Dar contenido a las preguntas: debe estar redactado de forma que facilite el cumplimiento y de esta forma obtener mejor resultados.
4. Estructurar el cuestionario: estructurado, para desarrollar investigaciones vagas; semiestructurados, cuando se desea mayor variedad de respuestas; estructurados, se emplea cuando se va a obtener información proporcionada, por cumplimiento de algunas estadísticas.
5. Probar el cuestionario (prueba piloto).
6. Difundir el cuestionario.

3.1.2.3 Prueba piloto

Es la aplicación que se realiza a un cuestionario para identificar o eliminar posibles problemas., la prueba piloto debe ser extensa, se debe probar todos los aspectos del cuestionario, es decir secuencia, forma, redacción, distribución e instrucciones, los encuestados para la prueba piloto y para la encuesta real se debe tomar de la misma población. (Naresh K. Malhotra, 2004, pag .301).

INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR "CORDILLERA"

ENCUESTA

Objetivo

La siguiente encuesta se utilizará para obtener información sobre la implementación de un servicio de gimnasio contra el sedentarismo en el sector de la Florida, exclusivamente con fines académicos.

Género: **F** ☐ **M** ☐

Edad: 18 – 25 ☐ 26-33 ☐ 34-41 ☐ Mayor de 42 ☐

Ocupación: Trabaja ☐ Estudia ☐

1. Actual Practica usted deporte o ejercicio físico?

   Si ☐ No ☐ A veces ☐

2. Si su respuesta es afirmativa con qué frecuencia realiza actividad física?

   1-2 días a la semana ☐ 3 - 4 días a la semana ☐ otros ☐

3. Qué tipo de actividad física o deporte desearía practicar?
   - Clases colectivas(Pilates, Aeróbicos) ☐
   - Musculación y Mantenimiento ☐
   - Natación ☐
   - Ares Marciales ☐
   - Otros……

4. Desearía un gimnasio cerca de su domicilio?
   Si ☐ No ☐
5. ¿Qué característica te importa más de las siguientes?
   - Instalaciones ☐
   - Servicio ☐
   - Aparatos/Equipo ☐
   - Ubicación ☐
   - Precio ☐

6. Que horarios de atención le gustaría?
   - 5:00 a 20:00 ☐
   - 6:00 a 21:00 ☐
   - 6:30 a 22:30 ☐

7. Que servicios desearía que existieran?
   - Servicio nutricional ☐
   - Piscina ☐
   - Sauna ☐
   - Duchas ☐
   - Casilleros ☐
   - Membresías ☐
   - Masajes de relajación ☐
   - Zona Cardiovascular ☐

8. Cuando estaría dispuesto a pagar por este servicio?

   $25 - $30 ☐ $40 - $ 45 ☐ 180 semestrales ☐

9. Porqué razón iría usted al gimnasio?
   - Rehabilitación ☐
   - Estilo de vida ☐
   - Socialmente ☐
   - Fisicoculturismo ☐
   - Bajar peso ☐
   - Salud ☐

10. Como considera la oferta deportiva en su localidad?
    - Buena ☐
    - Suficiente ☐
    - Insuficiente ☐
    - Mala ☐

GRACIAS POR SU COLABORACION

3.1.3 Análisis de la información

Género

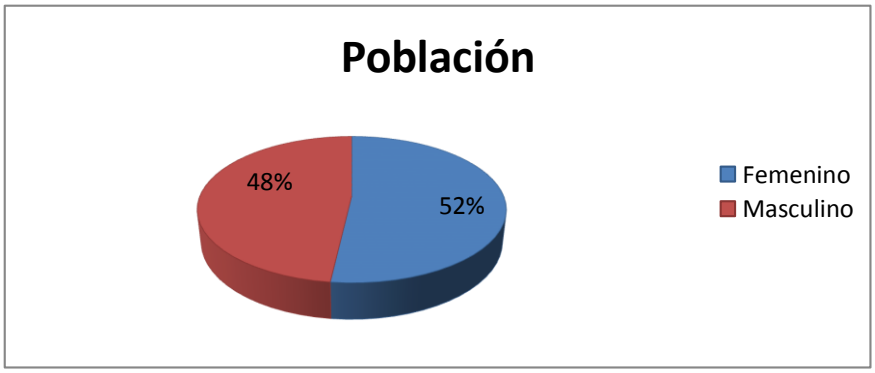
Tabla N. 20 Genero

Respuesta	Cantidad	Porcentaje
Femenino	197	52%
Masculino	183	48%
Total	380	100%

Fuente: Investigación del Mercado

Elaborado por: Katherine Chávez

Grafico N.1 Género



Elaborado por: Katherine Chávez

Interpretación

Existe 52% de población femenina y 48% de población masculina.

Análisis

En el sector existe el 4% más de población femenina qu de la masculina.

Edad

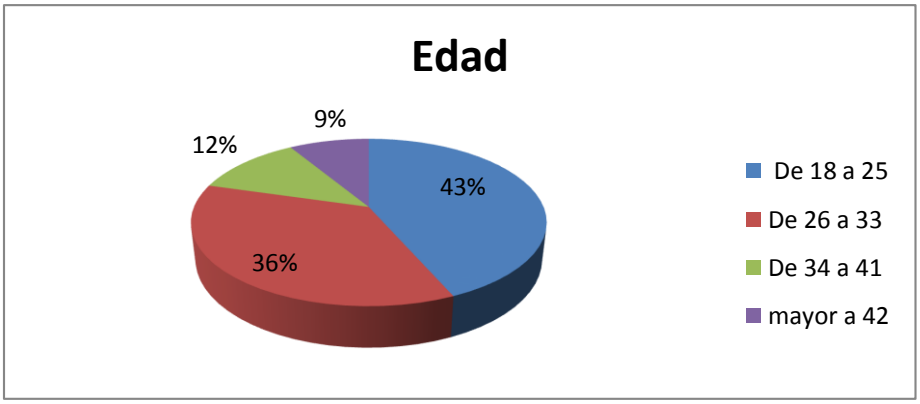
Tabla N. 21 Edad

Respuesta	Cantidad	Porcentaje
18 a 25 años	165	43%
26 a 33 años	137	36%
34 a 41 años	45	12%
Mayor de 42	33	9%
Total	380	100%

Fuente: Investigación del Mercado

Elaborado por: Katherine Chávez

Gráfico N. 2 Edad



Elaborado por: Katherine Chávez

Interpretación

Se observa que el 43% corresponde a las personas entre 18 a 25 años de edad, el 36% de 26 a 33 años, el 12% de 34 a 41 años, el 9% mayor a los 42 años de edad.

Análisis

Existe mayor población de jóvenes – adultos.

Ocupación

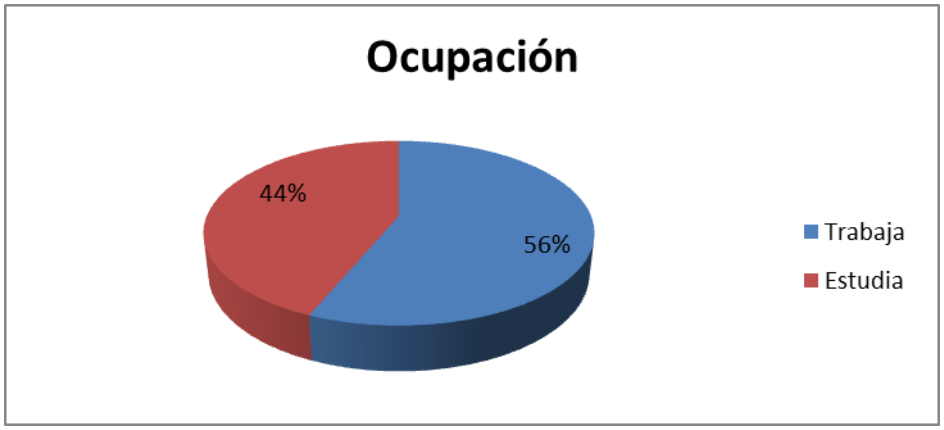
Tabla N. 22 Ocupación

Respuesta	Cantidad	Porcentaje
Trabaja	214	56%
Estudia	166	44%
Total	380	100%

Fuente: Investigación del Mercado

Elaborado por: Katherine Chávez

Grafico N. 3 Ocupación



Elaborado por: Katherine Chávez

Interpretación

En el grafico se observa que el 56% de personas trabajan mientras que el 44% solo estudian.

Análisis

Es decir que el 56% es aquel que produce la productividad del sector.

1. Actualmente practica usted deporte o ejercicio físico?

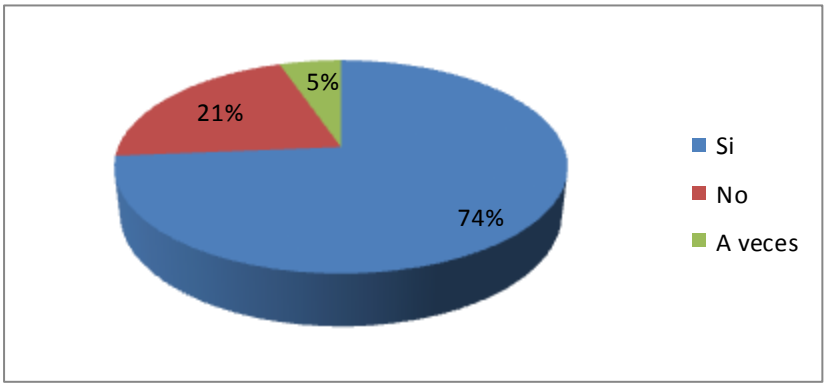
Tabla N. 23 Pregunta 1

Respuesta	Cantidad	Porcentaje
Si	280	74%
No	80	21%
A veces	20	5%
Total	380	100%

Fuente: Investigación del Mercado

Elaborado por: Katherine Chávez

Grafico N. 4 Pregunta 1



Elaborado por: Katherine Chávez

Interpretación

Se observa que el 74% de las personas encuestadas a veces practican un ejercicio o deporte, el 21% en su totalidad practican deporte o realizan ejerció y el 5% en definitiva no practican ni ejercicio ni deporte.

Análisis

La mayoría de la población existente practica algún tipo de actividad física.

2. Si su respuesta es afirmativa con qué frecuencia realiza actividad física?

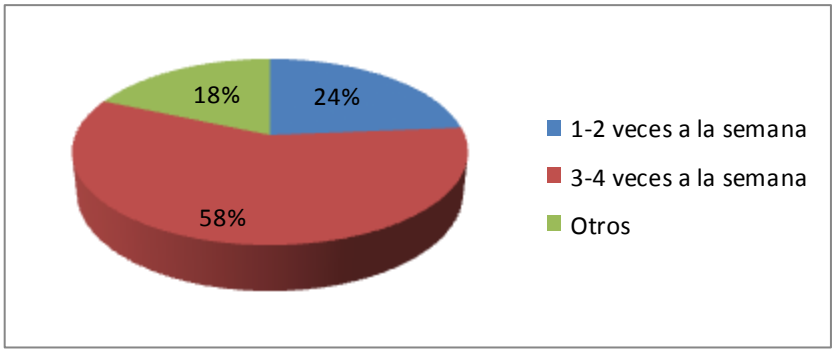
Tabla N. 24 Pregunta 2

Respuesta	Cantidad	Porcentaje
1-2 veces a la semana	90	24%
3-4 veces a la semana	220	58%
Otros	70	18%
Total	380	100%

Fuente: Investigación del Mercado

Elaborado por: Katherine Chávez

Grafico N.5 Pregunta 2



Elaborado por: Katherine Chávez

Interpretación

En la gráfica se demuestra que el 58% de personas realiza actividad física de 3-4 veces a la semana, el 24% lo realiza 1-2 veces al mes y el 18 % lo realiza en otros periodos de tiempo.

Análisis

La población practica actividad física como mínimo 4 veces a la semana en rutina con su estilo de vida.

3. Qué tipo de actividad física o deporte desearía practicar?

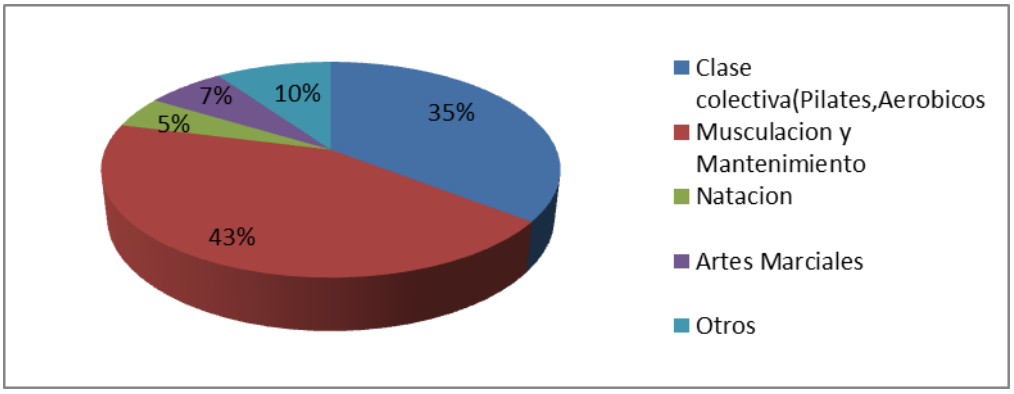
Tabla N. 25 Pregunta 3

Respuesta	Cantidad	Porcentaje
Clases colectivas(Pilates, Aerobicos)	135	35%
Musculacion y Mantenimiento	165	43%
Natacion	18	5%
Artes Marciales	25	7%
Otros	37	10%
Total	380	100%

Fuente: Investigación del Mercado

Elaborado por: Katherine Chávez

Grafico N. 6 Pregunta 3



Elaborado por: Katherine Chávez

Interpretación

La grafica demuestra que el 43% de las personas encuestadas realiza actividad física o deporte por mantenimiento y musculación, el 35% realiza clases colectivas (Pilates/aeróbico), el 10% realiza otro tipo de actividad, el 7 % realiza artes marciales como deporte, y el 5 % practica la natación.

Análisis

Se demuestra que el mantenimiento y musculación del cuerpo es más cotizado por las personas.

4. Desearía un gimnasio cerca de su domicilio?

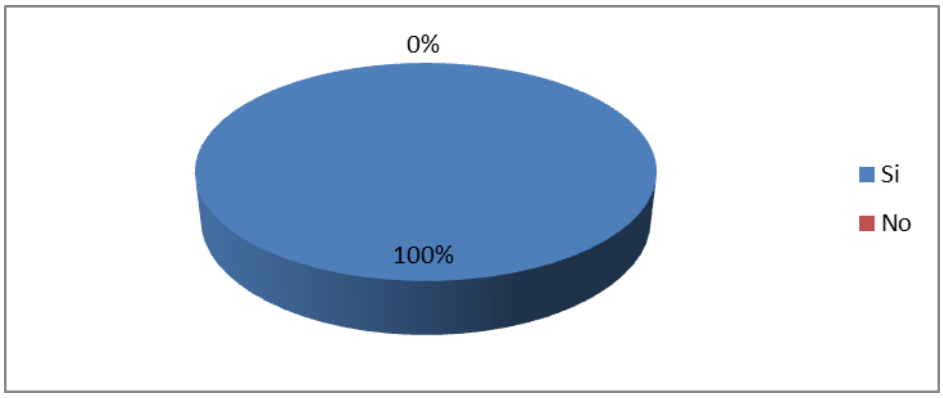
Tabla N. 26 Pregunta 4

Respuesta	Cantidad	Porcentaje
Si	380	100%
No	0	0%
Total	380	100%

Fuente: Investigación del Mercado

Elaborado por: Katherine Chávez

Grafico N.7 Pregunta 4



Elaborado por: Katherine Chávez

Interpretación

La grafica demuestra que el 100% de la población encuestada, desea que un gimnasio quede cerca de su domicilio.

Análisis

La población en su totalidad desea servicios cercanos a su domicilio como aquellos que ayuden a llevar un buen estilo de vida.

5. Que características le interesan dentro de este servicio?

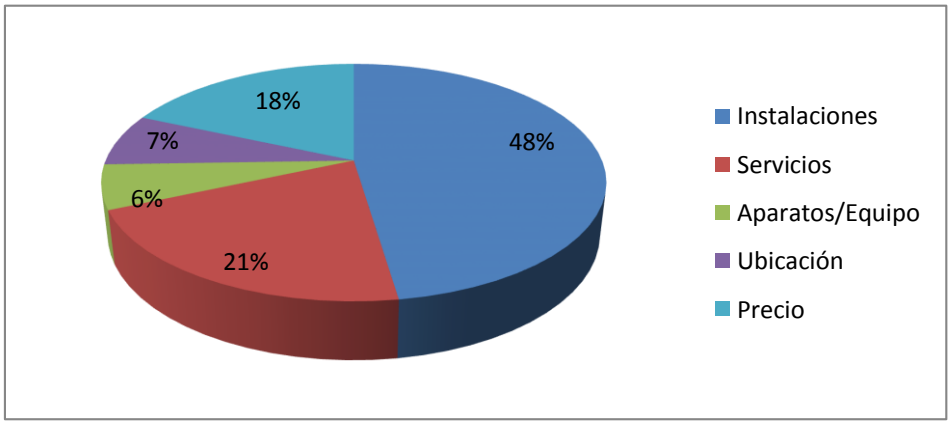
Tabla N. 27 Pregunta 5

Respuesta	Cantidad	Porcentaje
Instalaciones	181	48%
Servicios	79	21%
Aparatos/Equipo	23	6%
Ubicación	27	7%
Precio	70	18%
Total	380	100%

Fuente: Investigación del Mercado

Elaborado por: Katherine Chávez

Grafico N.8 Pregunta 5



Elaborado por: Katherine Chávez

Interpretación

De acuerdo a la grafica el 48% de las personas se fija en las instalaciones del servicio, el 21% pone atención a los servicios que prestan, el 18% en el precio, el 7% en el sector de ubicación y el 6% presta atención a la instrumentaría dentro del negocio.

Análisis

Siendo importante las instalaciones para la vista de los clientes se debe enfocar en esta variable conjuntamente con los demás factores del servicio.

6. Que horarios le gustaría?

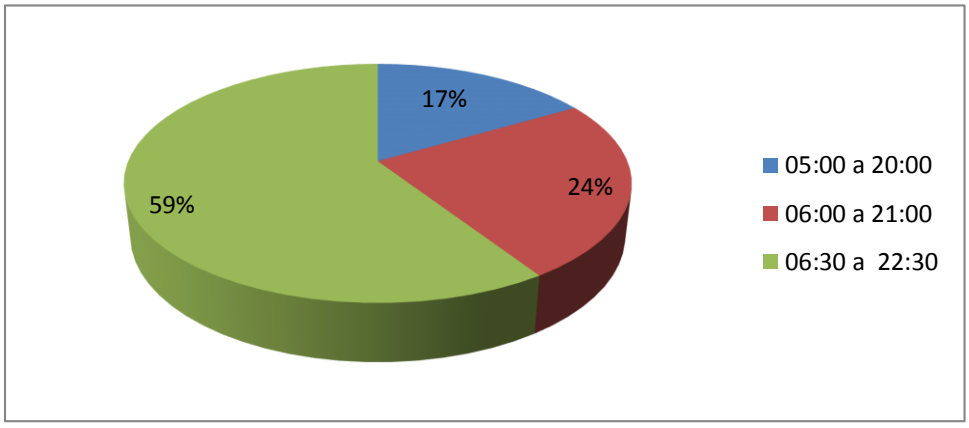
Tabla N. 28 Pregunta 6

Respuesta	Cantidad	Porcentaje
05:00 a 20:00	63	17%
06:00 a 21:00	92	24%
06:30 a 22:30	225	59%
Total	380	100%

Fuente: Investigación del Mercado

Elaborado por: Katherine Chávez

Grafico N. 9 Pregunta 6



Elaborado por: Katherine Chávez

Interpretación

La grafica demuestra que el 59% de las personas desean un horario más extenso, el 24% el horario promedio, mientras que el 17% se adapta al horario normal de atención.

Análisis

La mayoría de personas prefiere un horario extenso que pueda acoplarse al ritmo de vida que llevan.

7. Que servicios desearía que existieran?

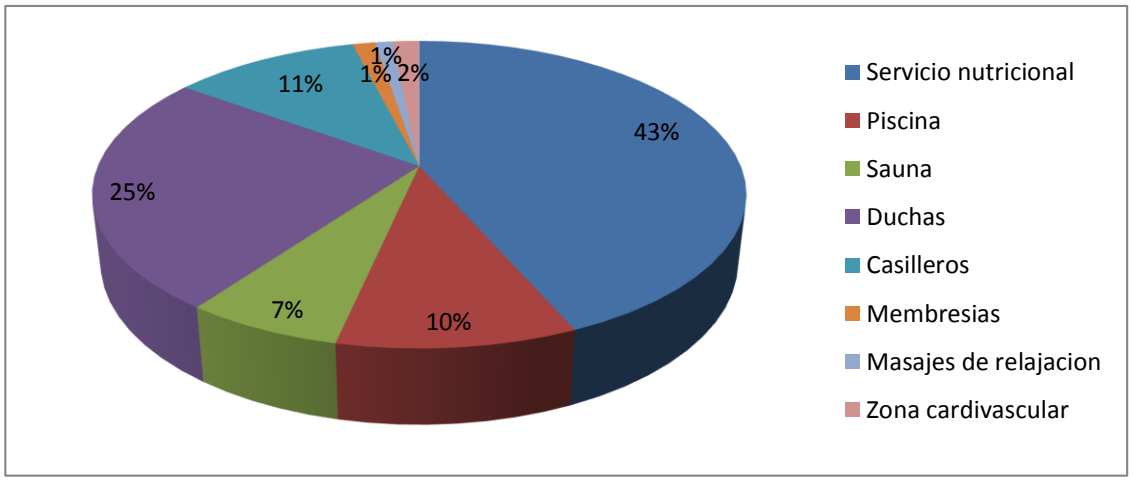
Tabla N. 29 Pregunta 7

Respuesta	Cantidad	Porcentaje
Servicio de nutrición	165	43%
Piscina	38	10%
Sauna	25	7%
Ducha	95	25%
Casilleros	42	11%
Membresías	5	1%
Masajes de relajación	4	1%
Zona cardiovascular	6	2%
Total	380	100%

Fuente: Investigación del Mercado

Elaborado por: Katherine Chávez

Grafico N. 10 Pregunta 7



Elaborado por: Katherine Chávez

Interpretación

La gráfica demuestra que el 43% de la población desea un servicio de nutrición, el 10% desea una piscina que ayude al desempeño físico, el 7% requiere de un sauna para obtener mejor relajación, el 25% requiere duchas con el fin de mantenerse frescos, el 11% requiere de casilleros para mayor seguridad, el 1% desea membresías que controle el financiamiento, el 1% requiere masajes que ayuden a la relajación muscular y el 2% ejercicios cardiovasculares.

Análisis

La mayoría de las personas encuestadas buscan una seguridad total dentro de un establecimiento que aporte con su desempeño físico.

8. Cuando estaría dispuesto a pagar por este servicio?

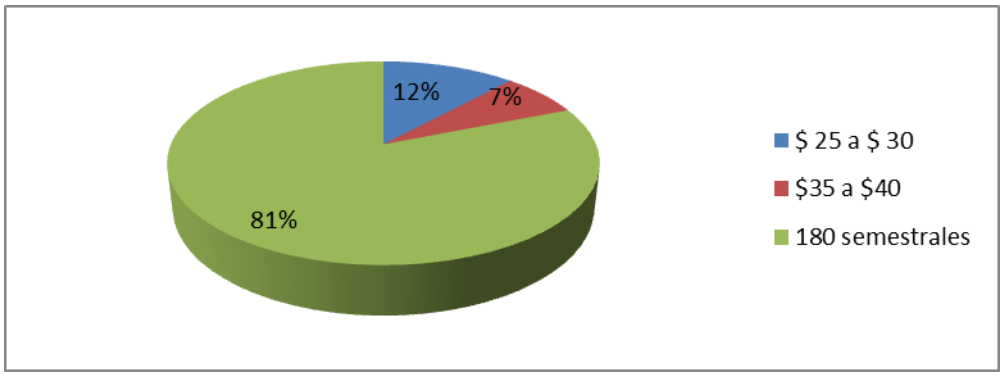
Tabla N. 30 Pregunta 8

Respuesta	Cantidad	Porcentaje
$25 a $30	45	12%
$35 a $40	27	7%
180 semestrales	308	81%
Total	380	100%

Fuente: Investigación del Mercado

Elaborado por: Katherine Chávez

Grafico N. 11 Pregunta 8



Elaborado por: Katherine Chávez

Interpretación

En el gráfico se observa que el 81% de las personas prefieren pagar un promedio de 25 a 30 dólares, el 12% dentro de los 35 a 40 dólares y 7% prefieren en pago semestral es decir 180.

Análisis

La población en su mayoría, prefiere un servicio económico pero de calidad que proporcione buenos resultados.

9. Porqué razón iría usted al gimnasio?

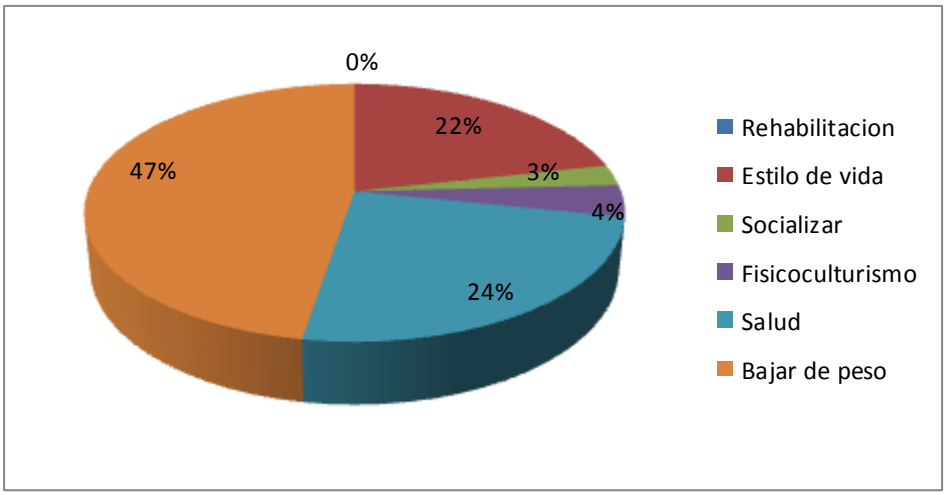
Tabla N. 31 Pregunta 9

Respuesta	Cantidad	Porcentaje
Rehabilitacion	-	-
Estilo de vida	82	22%
Socializar	10	3%
Fisicoculturismo	15	4%
Bajar de peso	93	24%
Salud	180	47%
Total	380	100%

Fuente: Investigación del Mercado

Elaborado por: Katherine Chávez

Grafico N.12 Pregunta 9



Elaborado por: Katherine Chávez

Interpretación

La gráfica demuestra que el 47% lo requiere para disminuir medidas, el 24% lo utiliza por salud, el 4% por mantener musculo, el 3% por socializar con mas personas, el 22% para llevar un estilo de vida más activa.

Análisis

Las personas buscan verse y sentirse bien por eso siempre buscan como disminuir sus medidas, que sea divertido y nutritivo**.**

10. Como considera la oferta deportiva en su localidad?

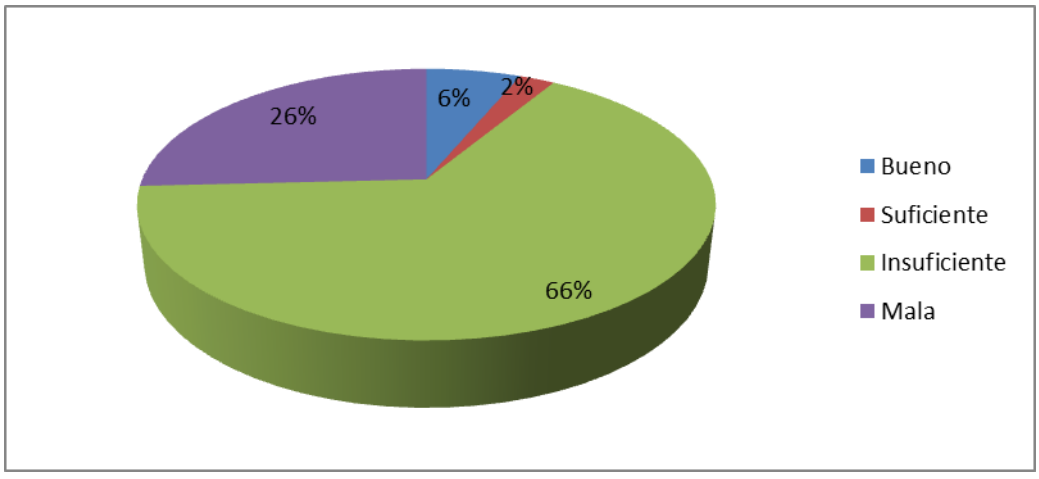
Tabla N. 32 Pregunta 10

Respuesta	Cantidad	Porcentaje
Buena	24	6%
Suficiente	8	2%
Insuficiente	249	67%
Mala	98	26%
Total	380	100%

Fuente: Investigación del Mercado

Elaborado por: Katherine Chávez

Grafico N. 13 Pregunta 10



Elaborado por: Katherine Chávez

Interpretación

De acuerdo a la gráfica el 66% considera que la oferta deportiva es insuficiente, el 26% que es mala, el 6% que es buena y el 2% es suficiente.

Análisis

Se considera que en el sector es insuficiente este servicio, creando insatisfacción de la población.

3.2 Oferta

Las cantidades de un bien o servicio que las personas están dispuestas a vender en un cierto tiempo. (Keat, 2004, pag.83)

Para la obtencion de la oferta se realiza el calculo con el valor de la demanda proyectada, es decir con la cantidad que el servicio tiene como demanda en el sector, consecuente se multiplicara por la tasa de crecimiento economico del sector en el que se va a localizar el gimnasio proyectandola a cinco años lo cual nos permitira observar la evolucion de dentro de ese periodo.

Tabla N. 33 Oferta actual

Año	Demanda actual	(%) Tasa de Crecimiento	Oferta Proyectada
2014	347019596	3,02%	357499587
2015	357499587	3,02%	368296074
2016	368296074	3,02%	379418615
2017	379418615	3,02%	390877057
2018	390877057	3,02%	402681544
2019	402681544	3,02%	414842526

Fuente: Investigación del Mercado

Elaborado por: Katherine Chávez

3.4 Demanda

Las cantidades de un bien o servicio que las personas están dispuestas a adquirir en distintos precios dentro de un periodo. (Keat, 2004, pag.79)

El calculo del valor de la demanda actual se realizo mediante la aceptacion, frecuencia y precios con el porcentaje mas alto que arrojo la encuesta realizada, para la optención de la demanda se multiplicó el 1.015 % el cual representa el porcentaje en proceso de crecimiento de un proyecto nuevo.

Tabla N. 34 Demanda

Año	Demanda actual	(%) Tasa de Crecimiento	Demanda Proyectada
2014	347019596	-	347019596
2015	347019596	1,015	350700056
2016	350700056	1,015	354310169
2017	354310169	1,015	357906417
2018	357906417	1,015	361539167
2019	361539167	1,015	365208789

Fuente: Investigación del Mercado

Elaborado por: Katherine Chávez

3.5 Balance oferta y demanda

De acuerdo a los valores obtenidos en la oferta y demanda proyectada se realiza la diferencia entre estos valores obteniendo así el valor promedio de la demanda insatisfecha dentro de ese sector.

Tabla N. 35 balance Oferta y Demanda

Año	Demanda Proyectada	Oferta Proyectada	Demanda Insatisfecha
2014	347019596	357499587	-10479991
2015	350700056	368296074	-17596018
2016	354310169	379418615	-25108446
2017	357906417	390877057	-32970640
2018	361539167	402681544	-41142377
2019	365208789	414842526	-49633737

Fuente: Investigación del Mercado

Elaborado por: Katherine Chávez

Capítulo IV

4. Estudio técnico

Determina las características de la composición óptima de los recursos que harán que la producción de un bien o servicio se logre eficaz y eficientemente. (Chain, 2007, pag. 95)

4.1 Tamaño del proyecto

Hace referencia a la capacidad de producción de producción de un bien o la prestación de un servicio durante la vigencia del proyecto. (Miranda, 2005, pag.119)

4.1.1 Capacidad instalada

Corresponde a la capacidad máxima disponible permanente. (Miranda, 2005, pag. 119).

El establecimiento estara adecuado con el servicio de ocho duchas acopladas a un proceso de calentamiento termico que permitira un momento de relajacion despues de haber realizado ejercicio, tendrá un casilleros para la colocacion de prendas u otro tipo de objetos de los clientes, los cuales seran espaciosos para su

desplazamiento respectivo, las maquinas con las que se cuentan estan distribuidas de a tres de acuerdo al trabajo a realizar.

4.1.2 Capacidad óptima

Es el nivel de producción o de prestación de servicios en condiciones normales de operaciones. (Orozco, 2013,pag.26)

En un espacio aproximado de 35m del establecimiento se podrán integrar alrededor de 20 a 25 personas con un espacio a su alrededor de 1.4 m para cada uno de los clientes lo que facilitara su desempeño al momento de realizar ejercicio o desplazarse.

4.2 Localización

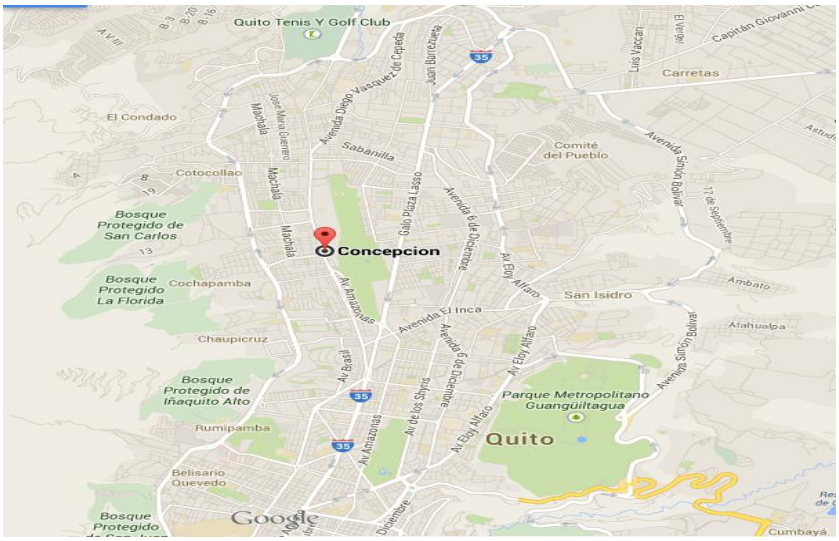
Se orienta a analizar las diferentes variables que determina el lugar donde finalmente se ubicara el proyecto. (Miranda, 2005, pag.122)

4.2.1 Macro localización

Es el área general en que se ubica el proyecto a través de condiciones generales como infraestructura, población, características, económicas y sociales más importantes. (ValbuenaAlvarez, 2000, pag.257)

El Gimnasio se encuentra al Norte de la Zona 9 Distrito Metropolitano de Quito en la provincia de Pichincha.

Figura N.12 Macrolocalización

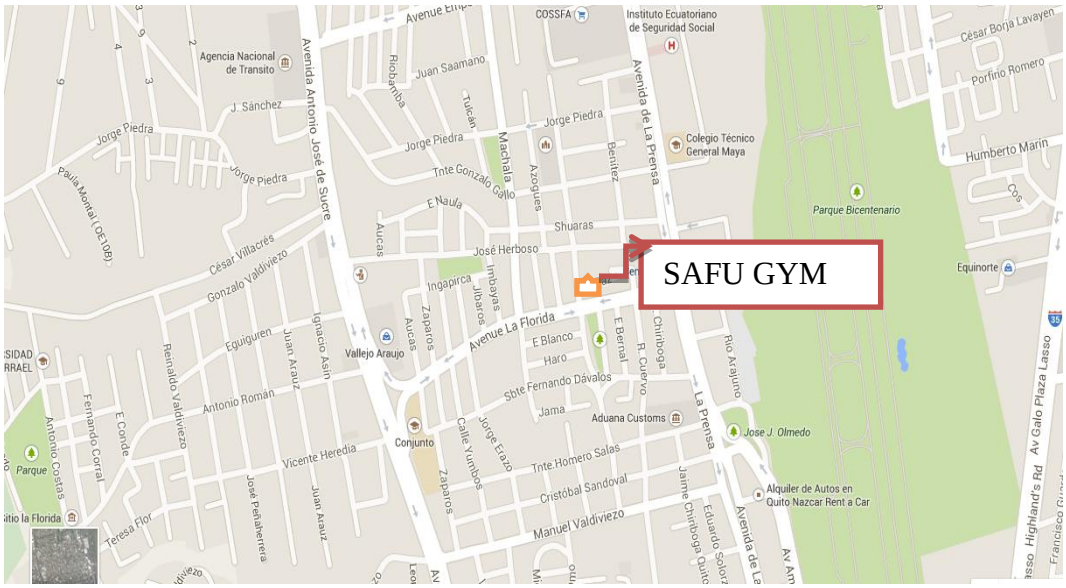


4.2.2 Micro localización

Define la ubicación precisa, donde se identifica claramente el lugar, terreno y vías de acceso dentro de la macro localización. (ValbuenaAlvarez, 2000, pag.257)

Se encontrará ubicado en el sector de la florida en la parroquia de la concepción en la Av. La Florida y R. Cuervo.

Figura N. 13 Microlocalizacion



4.2.3 Localización optima

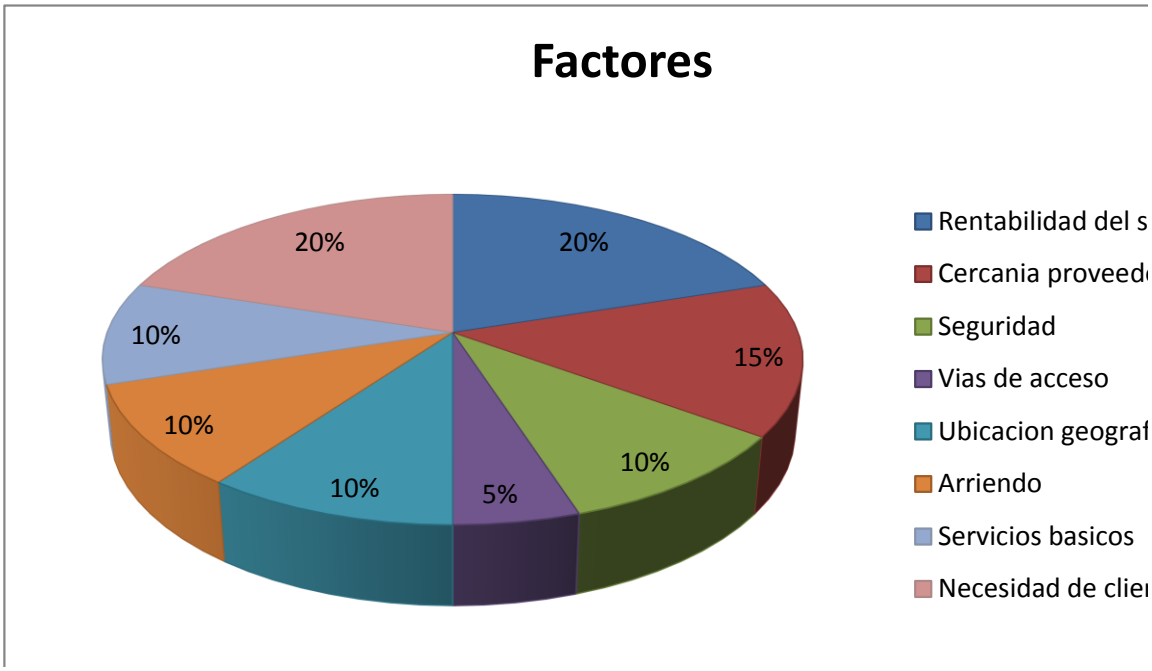
Es una técnica de geo referencial donde se identifica claramente los factores exteriores del proyecto, pretendiendo solucionarlos. (Javier Medina Vasquez, 2007, pag.35)

De acuerdo con una investigacion directa con los habitantes, se selecciono los principales factores con los cuales el sector a crecido economicamente, asiendo de el un sector rentable.

Tabla N. 36 Factores de Localización Óptima

N.	Factores de localización optima	%
1	Rentabilidad del sector	15%
2	Cercanía proveedores	5%
3	Seguridad	20%
4	Vías de acceso	10%
5	Ubicación geográfica	15%
6	Arriendo	15%
7	Servicios básicos	15%
8	Necesidad de los usuarios	5%
	Total	100%

Grafico N. 14 Factores de Localización Óptima



Elaborado por: Katherine Chávez

4.3 Ingeniería del producto

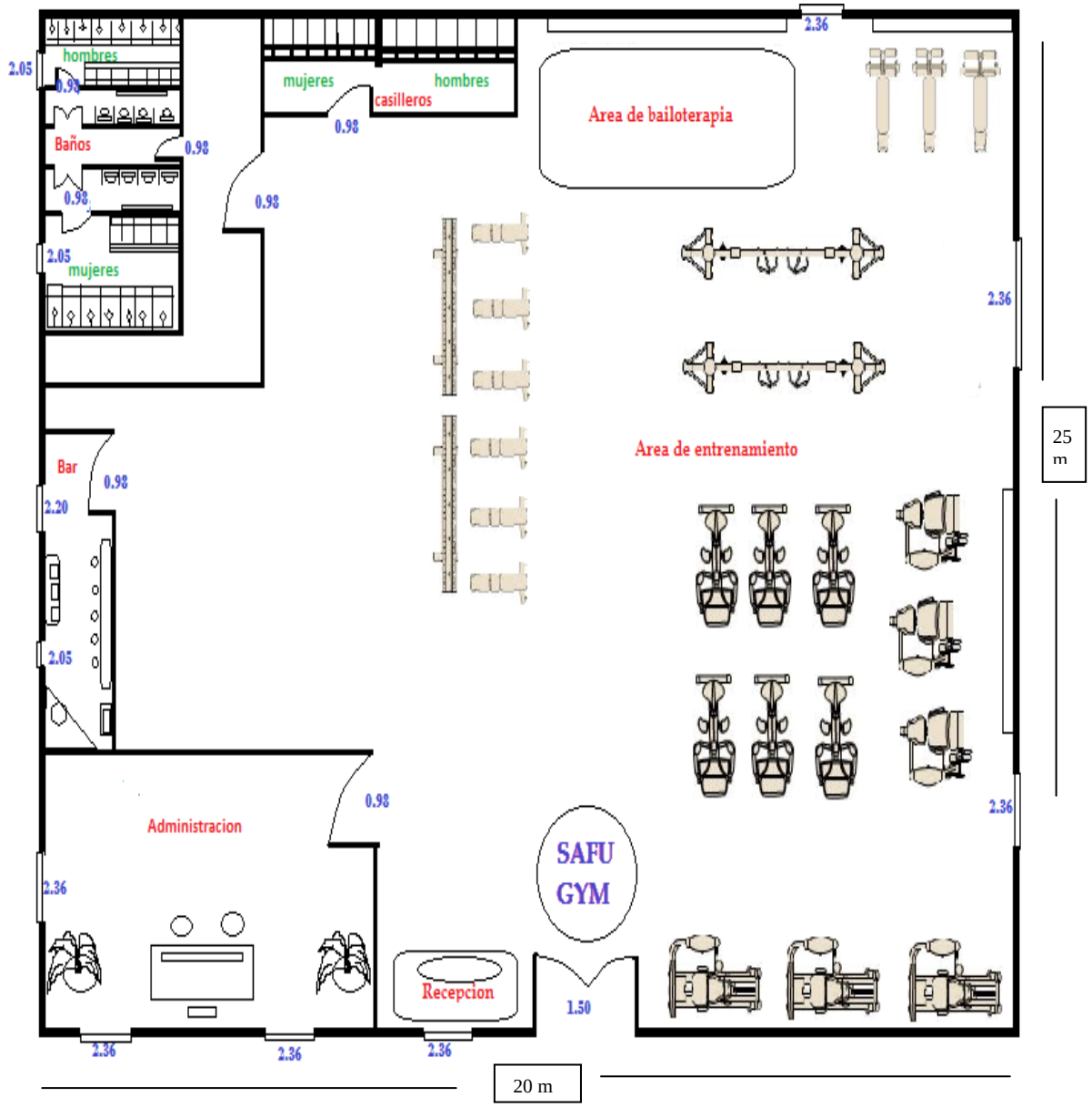
4.3.1 Definición del ByS

El gimnasio presentara excelentes establecimientos y ventilación adecuados para un desempeño eficiente de los clientes. Posee una superficie de 500 m2, el que brinda actividades de mantenimiento y cuidado del cuerpo, en función de la demanda. Contando con un ambiente relajado y fresco que garantiza la calidad del servicio.

Con un selecto grupo de profesionales expertos en el cuidado y fortalecimiento del cuerpo, con la experiencia necesaria para brindar confort y confianza, estarán prestos a inquietudes sea para la formación de su cuerpo o para su nutrición que es la base fundamental del proceso de entrenamiento.

4.3.2 Distribución de la planta

Grafico N. 15 Plano



4.3.2.1 Matriz S.L.P

Código de Cercanía

A= Absolutamente Necesario

E= Especialmente Importante

I= Importante

O= Ordinario o Normal

U= Sin Importancia

X= Indeseables

Código de Razones

1= Por control

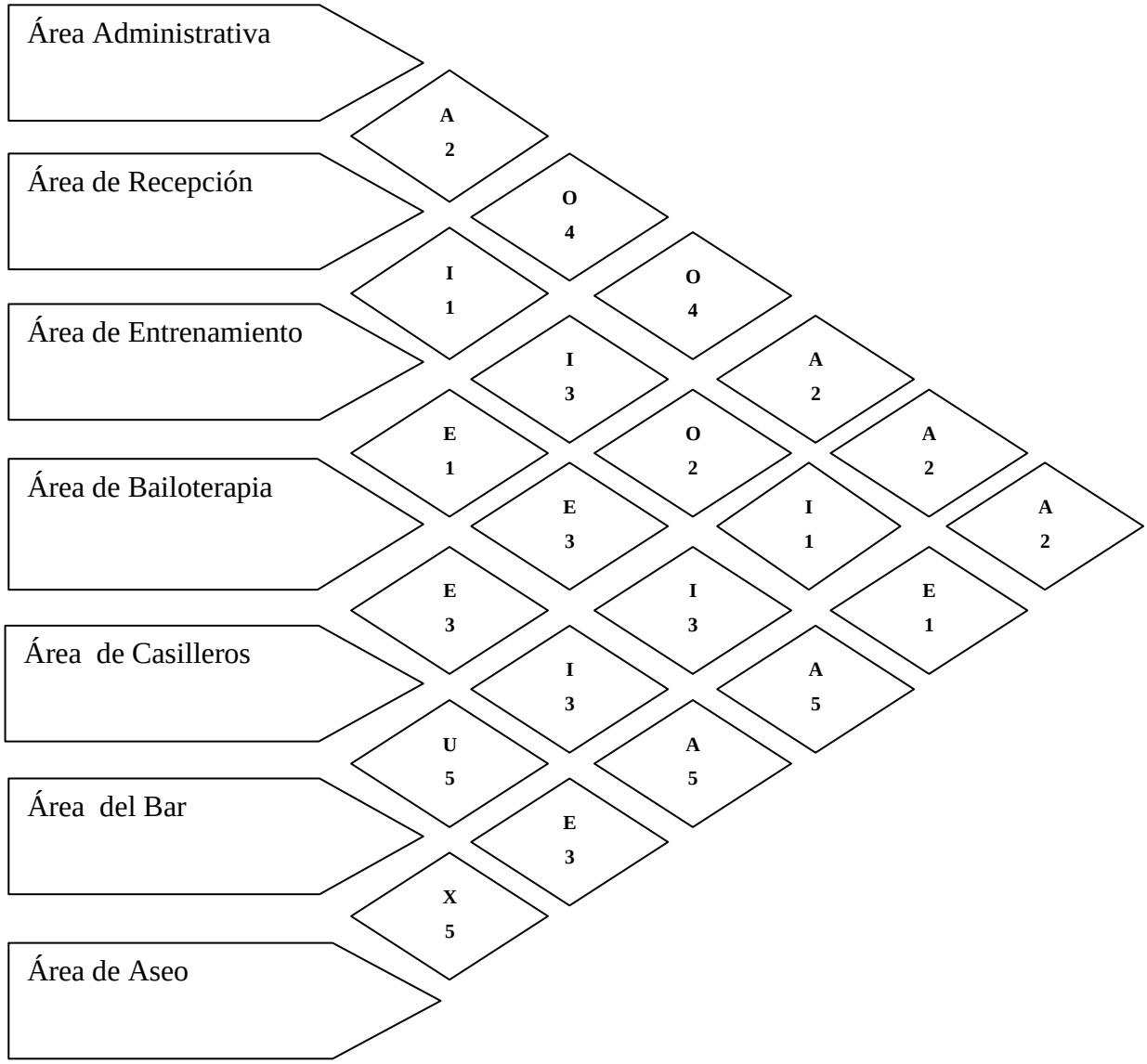
2= Por higiene

3= Por proceso

4= Por conveniencia

5=Por seguridad

Grafico N.16 Matriz SLP

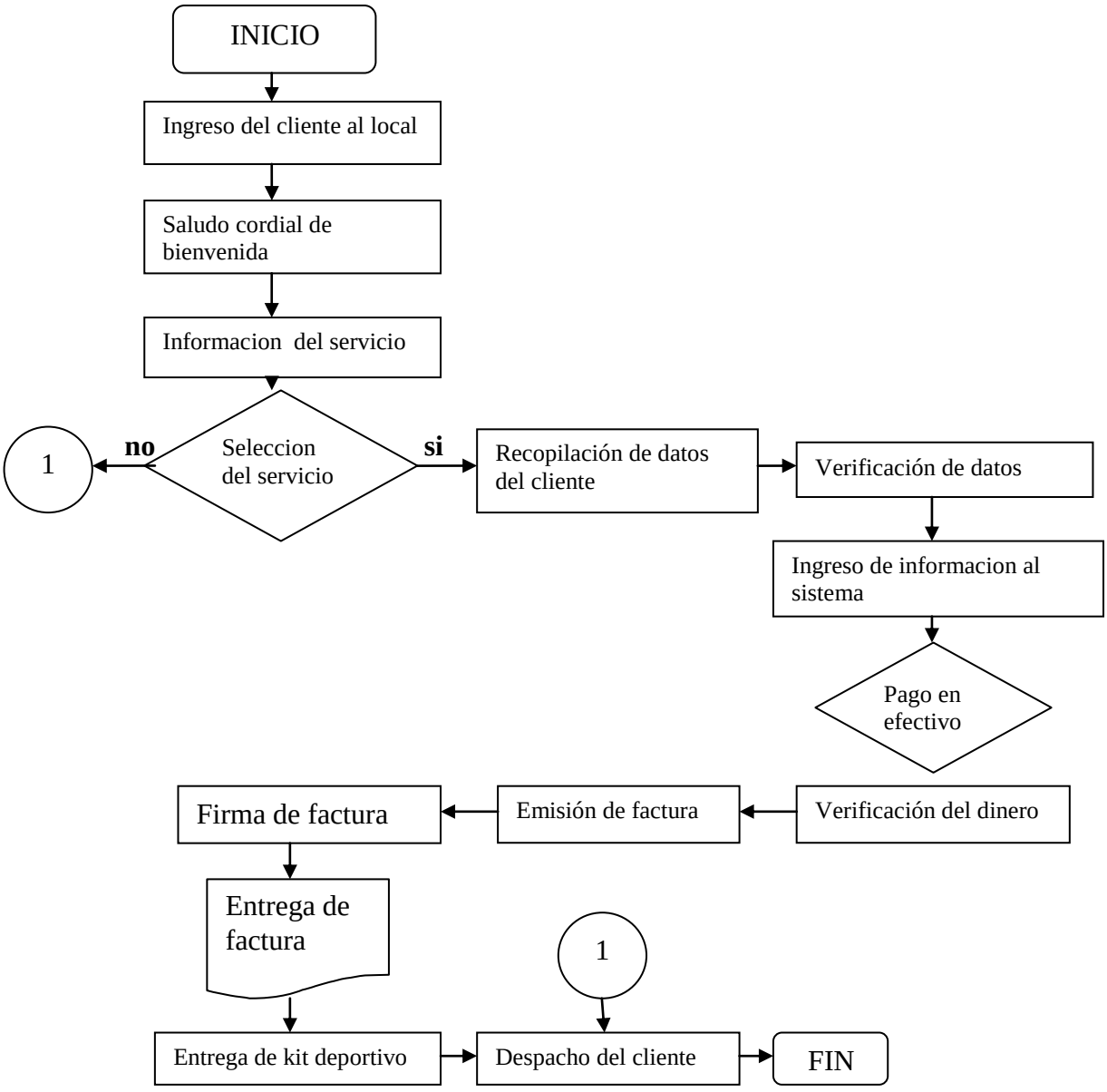


La distribución se realizó de acuerdo a la optimización de las instalaciones de esta manera se podrá reducir el tiempo de servicio al cliente, ayudando a utilizar de manera eficiente cada área produciendo un ambiente interactivo y satisfactorio.

4.3.3 Proceso productivo

4.3.3.1 Flujo grama

Grafico N. 17 Flujo grama de Servicios



ARMY Training

Categoría

Es un entrenamiento intenso de circuito (Cardio y Tonificación) su objetivo es trabajar todo el cuerpo con ejercicios funcionales que nos ayudarán a quemar más calorías por las combinaciones, desarrollando nuestra agilidad, coordinación motora, mejorando la condición física.

Equipos a utilizar: pesas, conos, colchonetas, pelotas y cuerdas.

Body Fit

Es una rutina de ejercicios pre-coreográficas, en cada una de las canciones se trabaja un grupo muscular diferente tonificándolo. Es un entrenamiento de resistencia muscular, orientado a las fibras musculares, uso de poco peso y altas repeticiones.

Equipos a utilizar

Barras, discos, mancuernas.

Cardio Boxing

Es una clase cardiovascular basada en la combinación de posiciones de taekwondo, karate y boxeo, dirigidos al ritmo de la música desarrollando agilidad, y

autodefensa. Trabaja la frecuencia cardiaca ideal para quemar grasa en completo, tomando como centro nuestro musculo más importante, el corazón.

Core balance

Es una actividad de entrenamiento y tonificación que nos ayuda a mejorar la flexibilidad, fortalece las articulaciones, ofrece beneficios para la corrección postural y facilita el contacto con el propio cuerpo, (concentración, atención, relajación y respiración).

Fitball

Es una actividad de tonificación que ayuda a entrenar el cuerpo de forma completa e incluso a rehabilitar determinadas lesiones.

Equipos a utilizar

Pelotas y colchoneta.

Force Training

Se trabaja en base a la tonificación mediante el propio peso corporal haciendo ejercicios polimétricos, hasta llegar hacer Pilates para lograr el balance necesario para cubrir las exigencias de una sincronización motora.

Utilizando equipos de resistencia como pesas y barras formamos la masa muscular, moldeando y tonificando el cuerpo de forma exacta con una clase de combinaciones intercaladas.

Kangoo Jumps

Es una clase cardiovascular de Fitness en grupo, que utiliza un calzado llamado Kangoo Jumps que nos ayuda hacer ejercicios polimétricos reduciendo el impacto de forma considerable, es un entrenamiento funcional pues ayuda al fortalecimiento de la musculatura estabilizadora e incrementando la quema de calorías al 100% de forma fácil y segura.

Latin Mix

Es una clase de baile aeróbica al ritmo de música caribeña, te hace quemar calorías mientras te diviertes bailando y trabajando todo tu cuerpo. Disminuye el estrés, proporciona mejora en el sistema cardiovascular y estimula la correcta postura.

Pilates

Es un sistema de ejercicios de relajación centrado en mejorar la flexibilidad y fuerza para todo el cuerpo sin incrementar su volumen. Más que un entrenamiento físico, integra teorías occidentales y orientales y relaciona la práctica de ejercicios

específicos acoplados con técnicas de respiración. Se lleva a cabo su práctica en el suelo y utilizando el propio peso

Equilibra y controlar el cuerpo y la mente, fortalece la densidad de los huesos y mejora la fuerza muscular, la flexibilidad y la postura.

Equipos a utilizar

Colchas, bandas elásticas, pelotas medicinales y pelotas suizas.

Ripper

Es un ejercicio de tonificación dirigida a todos aquellos que quieren quemar grasa y definir su cuerpo, está basada en ejercicios funcionales fáciles, seguros y efectivos.

Te ayudará a conseguir los resultados de forma rápida y divertida.

Spinning

Es una clase Cardiovascular aeróbica en bicicleta estacionaria, trabaja la musculatura (Cuádriceps, Glúteos y la musculatura de la Caderas), el fortalecimiento de estos ayuda a la pérdida de peso, a reducir la circunferencia del abdomen y a eliminar la celulitis.

Streching Gap

Es una clase de tonificación donde se ejercita el cuerpo de manera integral. Trabajando de manera complementaria ejercicios de flexibilidad y tonificación. Particularmente glúteos, abdomen y piernas, acompañados por el ritmo de la respiración y finalizando con una fase de meditación.

Trekking

Es un entrenamiento Funcional Cardiovascular es decir caminar, correr, trotar, subir, es un entrenamiento cardiovascular, excelente para la perdida de grasa por su gran aporte de oxígeno a la sangre siendo del sistema oxidación más efectivo, es un propiciador del fortalecimiento de los huesos, fortalece de forma dinámica el centro de equilibrio de nuestro cuerpo dándonos una apariencia más esbelta.

4.3.4 Maquinaria

Tabla N. 37 Maquinaria y Equipo

MAQUINARIA Y EQUIPO					
Hammer cuadricep y femoral	Unidad	2	800,00	$	1.600,00
Cruze de poleas	Unidad	2	830,00	$	1.660,00
Peck deckcon 200lbr	Unidad	2	180,00	$	360,00
Banco regulable	Unidad	2	290,00	$	580,00
Bicicletas	Unidad	5	398,00	$	1.990,00
Caminadoras	Unidad	5	550,00	$	2.750,00
Prensa de piernas	Unidad	2	640,00	$	1.280,00
Dorsalera	Unidad	2	350,00	$	700,00
Paralelas	Unidad	2	320,00	$	640,00
Pelota latex	Unidad	5	15,00	$	75,00
Protector de cuello	Unidad	3	3,50	$	10,50
Cinturones	Unidad	3	15,00	$	45,00
Mancuerdas de hierro en peso nacional por libras(caja)	Unidad	3	250,00	$	750,00
Porta mancuerdas	Unidad	1	350,00	$	350,00
Mini componente (sony)	Unidad	1	200,00	$	200,00
TOTAL MAQ. Y EQUIPO			**$ 5.191,50**	**$**	**12.990,50**

Elaborado por: Katherine Chávez

Capítulo V

5. Estudio financiero

5.1 Ingresos Operacionales

Son aquellos que están directamente asociados a la razón de ser del negocio. (Vásquez, 2005, pag.111)

Es muy importante que sea tomado en cuenta, porque de esta manera se podrán identificar mejor los ingresos intervienen en la razón de ser, es decir el valor que generaría. **Tabla N. 38 Ingresos Operacionales**

SERVICIO DE ENTRENAMIENTO					
DETALLE	**AÑO 1**	**AÑO 2**	**AÑO 3**	**AÑO 4**	**AÑO 5**
Servicio	420	433	446	459	473
Precio Venta	$ 45,00	$ 46,22	$ 47,46	$ 48,74	$ 50,06
TOTAL	**$ 18.900,00**	**$ 19.996,49**	**$ 21.156,60**	**$ 22.384,00**	**$ 23.682,62**

MEMBRESIAS					
DETALLE	**AÑO 1**	**AÑO 2**	**AÑO 3**	**AÑO 4**	**AÑO 5**
Servicio	300	309	318	328	338
Precio	$	$	$	$	$
Venta	180,00	184,86	189,85	194,98	200,24
TOTAL	**$**	**$**	**$**	**$**	**$**
	54.000,00	**57.132,83**	**60.447,42**	**63.954,30**	**67.664,63**

Elaborado por: Katherine Chávez

5.1.1. Ingresos no Operacionales

Provienen de las actividades que realiza la empresa, pero que no están relacionadas con la razón de ser de la misma. (Vásquez, 2005, pag.112)

De acuerdo con su significado el proyecto no cuenta con ingresos no operaciones ya que no tiene otros ingresos adicionales.

5.2 Costos

Se entiende por costos la suma de las erogaciones en que incurre una persona para la adquisición de un bien o servicio con la intensión de que genere un ingreso en el futuro. (Medina, 2007, pag.9)

5.2.1 Costo directo

Es el que se identifica plenamente con una actividad, departamento o producto. (Medina, 2007, pag.10)

Tabla N.39 Mano de Obra(costo directo)

MANO DE OBRA		Sueldo
Entrenador1	$	351,05
Entrenador2	$	351,05
Nutricionista	$	374,78
TOTAL	**$**	**1.076,88**

Elaborado por: Katherine Chávez

Tabla N. 40 Maquinaria y Equipo(costo Directo)

MAQUINARIA Y EQUIPO					
Hammer cuadricep y femoral	Unidad	2	800,00	$	1.600,00
Cruze de poleas	Unidad	2	830,00	$	1.660,00
Peck deckcon 200lbr	Unidad	2	180,00	$	360,00
Banco regulable	Unidad	2	290,00	$	580,00
Bicicletas	Unidad	5	398,00	$	1.990,00
Caminadoras	Unidad	5	550,00	$	2.750,00
Prensa de piernas	Unidad	2	640,00	$	1.280,00
Dorsalera	Unidad	2	350,00	$	700,00
Paralelas	Unidad	2	320,00	$	640,00
Pelota latex	Unidad	5	15,00	$	75,00
Protector de cuello	Unidad	3	3,50	$	10,50
Cinturones	Unidad	3	15,00	$	45,00
Mancuerdas de hierro en peso nacional por libras(caja)	Unidad	3	250,00	$	750,00
Porta mancuerdas	Unidad	1	350,00	$	350,00
Mini componente (sony)	Unidad	1	200,00	$	200,00
TOTAL MAQ. Y EQUIPO			**$ 5.191,50**	**$**	**12.990,50**

Elaborado por: Katherine Chávez

5.2.2 Costo indirecto

Es el que no se puede identificar con una actividad determinada. (Medina, 2007, pag.10)

Tabla N. 41 Servicios Basicos(Costo Directo)

SERVICIOS BASICOS				
Descripcion		**Valor Mensual**	**Valor Anual**	
Agua	$	50,00	$	600,00
Luz	$	120,00	$	1.440,00
Telefono/ Internet	$	30,00	$	360,00
TOTAL	**$**	**200,00**	**$**	**2.400,00**

Elaborado por: Katherine Chávez

Tabla N. 42 Suministro de Oficina(Costo Directo)

Suministros de oficina			
Detalle	**cantidad**	**valor unitario**	**valor total**
Esferos	12	$ 0,30	$ 3,60
Lapiz	12	$ 0,30	$ 3,60
Carpetas	15	$ 2,50	$ 37,50
Papel bon (resma)	3	$ 4,50	$ 13,50
Grapadora	2	$ 5,50	$ 11,00
Perforadora	2	$ 4,50	$ 9,00
Resaltador	4	$ 1,50	$ 6,00
Adesivos(paquete)	5	$ 3,20	$ 16,00
Total	**55**	**$ 22,30**	**$ 100,20**

Elaborado por: Katherine Chávez

Tabla N. 43 Utiles de Aseo(Costo Directo)

Útiles de aseo			
Detalle	**Cantidad**	**Valor unitario**	**Valor total**
Toallas de papel	5	$ 1,50	$ 7,50
Trapeadores	2	$ 2,00	$ 4,00
Escoba	4	$ 5,00	$ 20,00
Jabón liquido	2	$ 8,00	$ 16,00
Desinfectante	5	$ 3,50	$ 17,50
Papel industrial	6	$ 6,30	$ 37,80
Desinfectante de manos	2	$ 8,00	$ 16,00
TOTAL			$ 118,80

Elaborado por: Katherine Chávez

5.2.3 Gasto administrativo

Son los gastos en que incurre una empresa para su funcionamiento administrativo, organizacional y gerencial. (Galindo, 2006, pag.133)

Tabla N. 44 Gasto Administrativo

GASTO ADMINISTRATIVO		
DESCRIPCION	**VALOR MENSUAL**	**VALOR ANUAL**
Sueldo personal Administrativo	**$ 1.733,15**	**$ 20.797,80**
Gerente general	$ 358,26	$ 4.299,10
Secretaria	$ 347,45	$ 4.169,35
Auxiliar contable	$ 347,45	$ 4.169,35
Personal de aseo	$ 340,00	$ 4.080,00
Personal de seguridad	$ 340,00	$ 4.080,00
Gastos Generales	**$ 219,00**	**$ 2.628,00**
Suministros de Limpieza	$ 118,80	$ 1.425,60
Utiles de Oficina	$ 100,20	$ 1.202,40
TOTAL	**$ 1.952,15**	**$ 23.425,80**

Elaborado por: Katherine Chávez

5.2.4 Costo de venta

Son los que se incurren en el área que se encarga de llevar el producto desde la empresa hasta el consumidor final. (Medina, 2007, pag.10)

Tabla N. 45 Costo de Venta

GASTO DE VENTAS				
DESCRIPCION	**VALOR MENSUAL**		**VALOR ANUAL**	
Tripticos	$	48,00	$	576,00
Tarjetas de Presentacion	$	32,50	$	390,00
Publicidad Prensa	$	280,00	$	1.120,00
TOTAL	**$**	**360,50**	**$**	**2.086,00**

Elaborado por: Katherine Chávez

5.2.5 Costos fijos

Son aquellos que pertenecen constantemente dentro de un periodo determinado sin importar si cambia el volumen de producción. (Medina, 2007, pag.11)

Tabla N. 46 Costos Fijos

GASTO ADMINISTRATIVO				
DESCRIPCION	**VALOR MENSUAL**		**VALOR ANUAL**	
Sueldo personal Administrativo	**$**	**1.733,15**	**$**	**20.797,80**
Gerente general	$	358,26	$	4.299,10
Secretaria	$	347,45	$	4.169,35
Auxiliar contable	$	347,45	$	4.169,35
Personal de aseo	$	340,00	$	4.080,00
Personal de seguridad	$	340,00	$	4.080,00
Gastos Generales	**$**	**219,00**	**$**	**2.628,00**
Suministros de Limpieza	$	118,80	$	1.425,60
Útiles de Oficina	$	100,20	$	1.202,40
TOTAL	**$**	**1.952,15**	**$**	**23.425,80**

Elaborado por: Katherine Chávez

5.3 Inversiones

Se define como proceso por el cual un sujeto decide vincular algunos recursos financieros líquidos a cambio de la expectativa de obtener beneficios**.** (Parra, 2004, pag.169).

5.3.1 Inversión fija

Son aquellas que se realizan en bienes tangibles, se utilizan para garantizar la operación del proyecto y no son objeto de comercialización por parte de la empresa y se adquiere para utilizarse durante su vida útil. (Miranda, 2005, pag.177)

Tabla N. 47 Inversion Fija

INVERSION FIJA							
Descripción	**Año 0**	**Año 1**	**Año 2**	**Año 3**	**Año 4**	**Año 5**	**VR/VS**
Maquinaria y Equipo	$ (12.990,50)	$ 1.299,05	$ 1.299,05	$ 1.299,05	$ 1.299,05	$ 1.299,05	$ 6.495,25
Muebles y Enseres	$ (1.140,00)	$ 114,00	$ 114,00	$ 114,00	$ 114,00	$ 114,00	$ 570,00
Equipo de Computación	$ (1.973,34)	$ 657,78	$ 657,78	$ 657,78	-	-	-
Equipo de Oficina	$ (485,31)	$ 48,53	$ 48,53	$ 48,53	$ 48,53	$ 48,53	$ 242,66
TOTAL	**$ (16.589,15)**	**$ 2.119,36**	**$ 2.119,36**	**$ 2.119,36**	**$ 1.461,58**	**$ 1.461,58**	**$ 7.307,91**

5.3.1.1 Activos fijos

Son bienes y derechos de la empresa con carácter de permanencia y están relacionados con el objeto social del negocio. (Vásquez, 2005, pag. 68)

Tabla N. 48 Activos Fijos

MAQUINARIA Y EQUIPO				
Hammer cuadricep y femoral	Unidad	2	800,00	$ 1.600,00
Cruze de poleas	Unidad	2	830,00	$ 1.660,00
Peck deckcon 200lbr	Unidad	2	180,00	$ 360,00
Banco regulable	Unidad	2	290,00	$ 580,00
Bicicletas	Unidad	5	398,00	$ 1.990,00
Caminadoras	Unidad	5	550,00	$ 2.750,00
Prensa de piernas	Unidad	2	640,00	$ 1.280,00
Dorsalera	Unidad	2	350,00	$ 700,00
Paralelas	Unidad	2	320,00	$ 640,00
Pelota latex	Unidad	5	15,00	$ 75,00
Protector de cuello	Unidad	3	3,50	$ 10,50
Cinturones	Unidad	3	15,00	$ 45,00
Mancuerdas de hierro en peso nacional por libras(caja)	Unidad	3	250,00	$ 750,00
Porta mancuerdas	Unidad	1	350,00	$ 350,00
Mini componente (sony)	Unidad	1	200,00	$ 200,00
TOTAL MAQ. Y EQUIPO			**$ 5.191,50**	**$ 12.990,50**
MUEBLES Y ENSERES				
Repisas	Unidad	2	$ 70,00	$ 140,00

Mueble recepción	Unidad	1	$ 350,00	$ 350,00
Lockers	Unidad	10	$ 15,00	$ 150,00
Extintor	Unidad	2	$ 20,00	$ 40,00
Sillas	Unidad	4	$ 25,00	$ 100,00
Escritorio	Unidad	1	$ 250,00	$ 250,00
Archivador	Unidad	1	$ 110,00	$ 110,00
TOTAL MUEBLES Y ENSERES			**$ 840,00**	**$ 1.140,00**
EQUIPO DE COMPUTACION				
Impresora multifuncion Epson	Unidad	1	$ 237,00	$ 237,00
Computadora Hp	Unidad	2	$ 868,17	$ 1.736,34
TOTAL EQUIPO DE COMP			**$ 1.105,17**	**$ 1.973,34**
EQUIPO DE OFICINA				
Caja registradora	Unidad	1	$ 244,32	$ 244,32
Camara de Seguridad	Unidad	2	$ 110,00	$ 220,00
Telefono Inalámbrico Philips	Unidad	1	$ 20,99	$ 20,99
TOTAL EQUIPO DE OFICINA			**$ 375,31**	**$ 485,31**
ACTIVOS DIFERIDOS				
Gastos de Constitucion	Unidad		$ 2.500,00	$ 2.500,00
TOTAL GASTOS CONSTITUCIOÓN			**$ 2.500,00**	**$ 2.500,00**
TOTAL ACTIVOS			**$ 10.011,98**	**$ 19.089,15**

Elaborado por: Katherine Chávez

5.3.2 Capital de Trabajó

Tabla N. 49 Capital de Trabajó

CAPITAL DE TRABAJO				
Descripcion	**Mes 1**	**Mes 2**	**Mes 3**	**TOTAL**
Arriendo	$ 500,00	$ 500,00	$ 500,00	**$ 1.500,00**
Sueldos y Salarios	$ 3.956,04	$ 3.956,04	$ 3.956,04	**$ 11.868,11**
Servicios Basicos	$ 200,00	$ 200,00	$ 200,00	**$ 600,00**
MP+MO+CIF	$ 1.201,88	$ 1.201,88	$ 1.201,88	**$ 3.605,65**
TOTAL	**$ 5.857,92**	**$ 5.857,92**	**$ 5.857,92**	**$ 17.573,76**

Elaborado por: Katherine Chávez

5.3.3 Amortización de Financiamiento

Es la distribución sistemática del importe amortizable de un activo material a lo largo de su vida útil. (Eslava, 2009, pag.103)

Tabla N. 50 Amortizacion de Finananciamiento

AMORTIZACION DEL CAPITAL FINANCIADO						
Monto		$ 22.205,89				
Interes	10,21%	**0,01702**				
Tiempo	3	**6**				
AÑO	**PERIODO**	**CAPITAL**	**INTERÉS**	**CAPITAL PAGADO**	**CUOTA**	**SALDO**
	0					$ 22.205,89
2014	1	$ 22.205,89	$ 377,87	$ 3.546,63	$ 3.924,51	$ 18.659,26
	2	$ 18.659,26	$ 317,52	$ 3.606,99	$ 3.924,51	$ 15.052,27
2015	3	$ 15.052,27	$ 256,14	$ 3.668,37	$ 3.924,51	$ 11.383,90
	4	$ 11.383,90	$ 193,72	$ 3.730,79	$ 3.924,51	$ 7.653,12
2016	5	$ 7.653,12	$ 130,23	$ 3.794,27	$ 3.924,51	$ 3.858,84
	6	$ 3.858,84	$ 65,66	$ 3.858,84	$ 3.924,51	$ (0,00)
	TOTAL		**$ 1.341,14**	**$ 22.205,89**	**$ 23.547,03**	

I. Año 1	$ 695,39
I. Año 2	$ 449,86
I. Año 3	$ 195,90

Elaboración por: Katherine Chávez

5.3.4 Depreciaciones

Es la pérdida del valor de un activo físico con motivo de su uso. (Gomero, 2006,pag.127)

Tabla N.51 Depreciaciones

Descripcion	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	VR/VS
Maquinaria y Equipo	$12.990,50	$1.299,05	$1.299,05	$1.299,05	$.299,05	$1.299,05	$6.495,25
Muebles y Enseres	$ 1.140,00	$114,00	$114,00	$114,00	$114,00	$114,00	$570,00
Equipo de Computacion	$ 1.973,34	$657,78	$657,78	$657,78	-	-	-
Equipo de Oficina	$ 485,31	$ 48,53	$ 48,53	$ 48,53	$ 48,53	$ 48,53	$ 242,66
TOTAL	**$ 16.589,15**	**$ 2.119,36**	**$ 2.119,36**	**$ 2.119,36**	**$ 1.461,58**	**$ 1.461,58**	**$ 7.307,91**

Elaborado por: Katherine Chávez

5.3.5 Estado de Situación Inicial

Tabla N. 52 Estado de Situación Inicial

EMPRESA SaFu GYM		
ESTADO DE SITUACION INICIAL		
AL 31 DE DICIEMBRE DEL 2014		
ACTIVO		
Corriente		**$ 34.162,91**
Efectivo y Equivalente a Efectivo	$ 34.162,91	
No Corriente		**$ 16.589,15**
Propiedad Planta y Equipo		
Maquinaria y Equipo	$ 12.990,50	
Muebles y Enseres	$ 1.140,00	
Equipo de Computación	$ 1.973,34	
Equipo de Oficina	$ 485,31	
OTROS ACTIVOS		**$ 2.500,00**
Gastos de Constitución	$ 2.500,00	
TOTAL ACTIVO		**$ 53.252,06**
PASIVO		
Largo Plazo		**$ 11.957,02**
Préstamo Bancario	$ 11.957,02	
TOTAL PASIVO		**$ 11.957,02**
PATRIMONIO		
Activo – Pasivo		**$ 41.295,04**
CAPITAL		
Pasivo + Capital		**$ 53.252,06**

Elaborado por: Katherine Chávez

5.3.6 Estado de Resultados Proyectado (5 años)

Tabla N. 53 Estado de Resultados Proyectado

ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADO						
EMPRESA SaFu GYM						
	DESCRIPCION	**2014**	**2015**	**2016**	**2017**	**2018**
	Ventas	72.900,00	77.129,32	81.604,01	86.338,30	91.347,25
(-)	Costo de Ventas	$20.194,80	$20.740,06	$21.300,04	$21.875,14	$22.465,77
(=)	**Utilidad Bruta en Ventas**	**$52.705,20**	**$56.389,27**	**$60.303,97**	**$64.463,16**	**$68.881,48**
(-)	**GASTOS OPERACIONALES**	**$26.207,19**	**$26.650,47**	**$27.103,93**	**$27.634,55**	**$28.380,69**
	Gasto Administrativo	$23.425,80	$24.058,30	$24.707,87	$25.374,98	$26.060,11
	Gasto de Ventas	$ 2.086,00	$ 2.142,32	$ 2.200,16	$ 2.259,57	$ 2.320,58
	Gasto Financiero	$ 695,39	$ 449,86	$ 195,90	$ -	$ -
(=)	**Utilidad Operacional**	**$26.498,02**	**$29.738,79**	**$33.200,04**	**$36.828,61**	**$40.500,80**
(+)	Otros Ingresos	-	-	-	-	-
(-)	Otros Egresos	$ -	$ -	$ -	$ -	$ -
(=)	**Utilidad A.P.T**	**26.498,02**	**29.738,79**	**33.200,04**	**36.828,61**	**40.500,80**
(-)	15% Participacion Trabajadores	$ 3.974,70	$ 4.460,82	$ 4.980,01	$ 5.524,29	$ 6.075,12
(=)	**Utilidad Antes de Impuesto**	**$22.523,31**	**$25.277,97**	**$28.220,04**	**$31.304,32**	**$34.425,68**
(-)	22% Impuesto a la Renta	$ 4.955,13	$ 5.561,15	$ 6.208,41	$ 6.886,95	$ 7.573,65
(=)	**Utilidad Antes de Reserva**	**$17.568,18**	**$19.716,82**	**$22.011,63**	**$24.417,37**	**$26.852,03**
(-)	10% Reserva Legal	$ 1.756,82	$ 1.971,68	$2.201,16	$ 2.441,74	$ 2.685,20
(=)	**Utilidad Neta**	**$15.811,37**	**$17.745,14**	**$19.810,47**	**$21.975,63**	**$24.166,83**
(+)	Depreciaciones	$ 2.119,36	$ 2.119,36	$ 2.119,36	$ 1.461,58	$ 1.461,58
(+)	Amortizaciones	$ 500,00	$ 500,00	$ 500,00	$ 500,00	$ 500,00
(=)	**Excedente Operacional**	**$18.430,73**	**$20.364,50**	**$22.429,83**	**$23.937,21**	**$26.128,41**

Elaborado por: Katherine Chávez

5.3.7 Flujo de caja

Resume las entradas y salidas de efectivo que se estiman ocurriran en un peridodo proximo, comparandolas y asimilándolas al saldo inicial al principio del año. (Schlageter, 2005,pag.78)

Tabla N. 54 Flujo de Caja

DESCRIPCION	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Inversion Total	$ (34.162,91)					$ 7.307,91
Excedente Operacional		$18.622,24	$20.488,39	$22.483,78	$23.937,21	$26.128,41
TOTAL	**$ (34.162,91)**	**$ 18.622,24**	**$ 20.488,39**	**$ 22.483,78**	**$ 23.937,21**	**$ 33.436,31**

Elaborado por: Katherine Chávez

5.4 Evaluación

5.4.1 Tasa de descuento

Tabla N. 55 Tasa de descuento

TMAR=	**T.A + T.P**
TMAR=	13%

Tasa Activa =	**7,96%**	**0,0796**
Tasa Pasiva =	4,98%	**0,0498**

Elaborado por: Katherine Chávez

5.4.2 Van

Es la suma de todos los flujos actualizados de efectivo futuro de una inversión o proyecto, menos todas las salidas**.** (Hamilton, 2005,pag.172)

$$VAN = -I + \frac{FNE}{(1+TMAR)^1} + \frac{FNE}{(1+TMAR)^2} + \frac{FNE}{(1+TMAR)^3} + \frac{FNE}{(1+TMAR)^4} + \frac{FNE + VS}{(1+TMAR)^5}$$

$$VAN = (34.162,91) + \frac{18.430,73}{1,1294} + \frac{20.364,50}{1,27554436} + \frac{22.429,83}{1,4405998} + \frac{23.937,21}{1,627013414} + \frac{33.436,31}{1,83754895}$$

VAN= (34.162,91) + 16.319,04 + 15.965,34 + 15.569,78 + 14.712,36 + 18.196,15

VAN =46.599,77

5.4.3 Tir

Es aquella tasa de actualización máxima que reduce a cero el valor actual neto (VAN) del proyecto. (Hamilton, 2005,pag.175)

TIR: 55,57%

$$\textbf{VAN} = -I + \frac{FNE}{(1+TMAR)^1} + \frac{FNE}{(1+TMAR)^2} + \frac{FNE}{(1+TMAR)^3} + \frac{FNE}{(1+TMAR)^4} + \frac{FNE + VS}{(1+TMAR)^5}$$

$$\textbf{VAN} = \$(34.162,91) + \frac{\$18.622,24}{1,5557} + \frac{\$20.488,39}{2,42020249} + \frac{\$\ 22.483,78}{3,765109014} + \frac{\$\ 23.937,21}{5,857380093} + \frac{\$33.436,31}{9,11232621}$$

VAN= $(34.162,91) + $11.970,33 + $8.465,57 + $5.971,61 + $4.086,68 + $3.669,35

VAN= 0,62

5.4.4 Pri

Es el tiempo requerido para que una empresa recupere su inversión inicial en un proyecto, y se calcula a partir de los flujos positivos del efectivo. (Gitman, 2003,pag.342).

Tabla N. 56 PRI

Periodo	FNE	Sumatoria	Factor	FNED	Sumatoria
0	$ (34.162,91)	$ (34.162,91)	1	-34162,91	-34162,91
1	$ 18.622,24	$ (15.540,67)	0,88495575	16479,86	-17683,06
2	$ 20.488,39	$ 4.947,72	0,78314668	16045,41	-1637,64
3	$ 22.483,78	$ 27.431,49	0,69305016	15582,39	13944,74
4	$ 23.937,21	$ 51.368,70	0,61331873	14681,14	28625,88
5	$ 33.436,31	$ 84.805,02	0,54275994	18147,89	46773,78

Elaborado por: Katherine Chávez

Tabla N. 57 Periodo de Reuperación de la Inversión

Periodo	Valores	Valor Recuperación
0	$ 20.488,39	$ (15.540,67)
1	$ 1.707,37	$ (13.833,31)
2	$ 1.707,37	$ (12.125,94)
3	$ 1.707,37	$ (10.418,58)
4	$ 1.707,37	$ (8.711,21)
5	$ 1.707,37	$ (7.003,85)
6	$ 1.707,37	$ (5.296,48)
7	$ 1.707,37	$ (3.589,11)
8	$ 1.707,37	$ (1.881,75)
9	$ 1.707,37	$ (174,38)
10	$ 1.707,37	$ 1.532,98
11	$ 1.707,37	$ 3.240,35
12	$ 1.707,37	$ 4.947,72

Elaborado por: Katherine Chávez

Es decir se recupera la inversion en 2 años y 10 meses.

5.4.5 Rbc

Es aquella relación en la que tanto el flujo como el de los costó se actualiza a una tasa de interés que se considera próxima al costo de oportunidad del capital. (Guerra, 2002,pag.276)

Tabla N. 58 Relacion Costo Beneficio

RCB=	**Sumatoria Flujos Actualizados**	
	Inversion	
RCB=	**$ 118.598,58**	
	$	34.162,91
RCB=		**3,47**

Elaborado por: Katherine Chávez

5.4.6 Punto de equilibrio

Es la cantidad de producción vendida en la que el total de ingresos es igual al total al total de costos. (Charles, 2007,pag.65)

$$PE = \frac{CF}{P - CVU}$$

5.4.6.1 Servicio de Entrenamiento

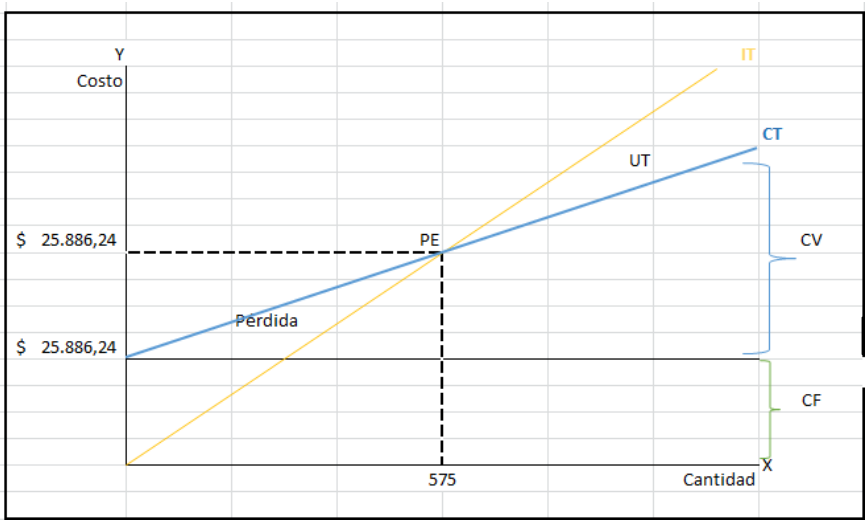
Tabla N. 59 Punto de Equilibrio (Servicio de Entrenamiento)

COSTO FIJO		Valor
Gasto Administrativo	$	23.425,80
Gasto de Ventas	$	2.086,00
Gasto Financiero	$	374,44
TOTAL COSTO FIJO	**$**	**25.886,24**
PRECIO	$	45,00
VENTAS	$	**25.886,24**
(-) Costo Variable	$	-
(=) Margen de Contribución	$	25.886,24
(-) Costos Fijos	$	25.886,24
(=) Utilidad Operacional		-

PE =	**25.886,24 / 45,00**
PE=	575

Elaborado por: Katherine Chávez

Grafico N. 18 Servicio de Entrenamiento



Elaborado por: Katherine Chávez

5.4.6.2 Servicios de Membresías

Tabla N. 60 Punto de Equilibrio (servicios de Membresías)

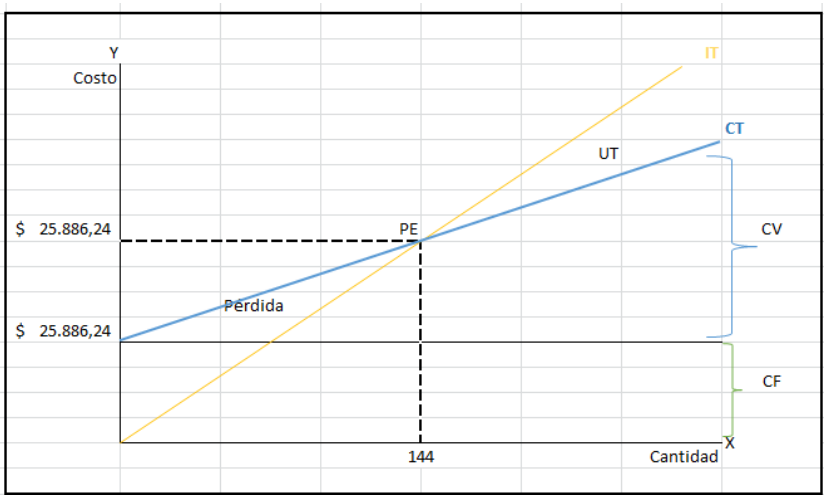
COSTO FIJO		Valor
Gasto Administrativo	$	23.425,80
Gasto de Ventas	$	2.086,00
Gasto Financiero	$	374,44
TOTAL COSTO FIJO	**$**	**25.886,24**
PRECIO	$	180,00
VENTAS	$	25.886,24

(-) Costo Variable	$	-
(=) Margen de Contribucion	$	25.886,24
(-) Costos Fijos	$	25.886,24
(=) Utilidad Operacional	$	-

PE =	**25.886,24 / 180,00**
PE=	144

Elaborado por: Katherine Chávez

Grafico N. 19 Servicio de Membresías



Elaborado por: Katherine Chávez

5.4.7 Análisis de índices financieros

Los índices financieros son datos económicos que permiten definir alguna situación histórica, presente y futura de la empresa o negocio**.** (Soto, 2011,pag.139)

Tabla N. 61 Razón Corriente

Razon Corriente =	**Activo Corriente**	
	Pasivo Corriente	
Razon Corriente =	$	34.162,91
	$	11.957,02
Razon Corriente =	**2,86**	

Elaborado por: Katherine Chávez

Tabla N. 62 Nivel de Endeudamiento

Nivel de Endeudamiento =	**Total Pasivo**	
	Total Activo	
Nivel de Endeudamiento =	$	11.957,02
	$	53.252,06
Nivel de Endeudamiento =	**22,45**	

Elaborado por: Katherine Chávez

Tabla N. 63 ROA

ROA =	**UTILIDAD x 100**	
	ACTIVOS	
ROA =	$	18.622,24
	$	53.252,06
ROA =		**34,97**

Elaborado por: Katherine Chávez

Tabla N. 64 ROE

ROE =	UTILIDAD
	PATRIMONIO
ROE =	$ 18.622,24
	$ 41.295,04
ROE =	**45,10**

Elaborado por: Katherine Chávez

Capítulo VI

6. Análisis de impactos

Mediante un análisis podremos determinar los impactos que tendrán mayor relevancia en este proyecto, se lo realizara mediante matrices que tendrán una valoración asignada.

Tabla N.65 Análisis de impactos

Valoración de Impactos	
3	Impacto positivo alto
2	Impacto positivo medio
1	Impacto positivo bajo
0	No hay impacto
-1	Impacto negativo alto
-2	Impacto negativo medio
-3	Impacto negativo bajo

Elaborado por: Katherine Chávez

6.1 Impacto Ambiental

Tabla N.66 Impacto Ambiental

	Nivel de Impacto						
Indicadores	-3	-2	-1	0	1	2	3
1. Desechos reciclables			X				
2. Residuos desechos humanos			X				
Total			-2				

Elaborado por: Katherine Chávez

Análisis

El impacto de los dos indicadores es de -1 es decir un impacto negativo medio debido a que el gimnasio genera desechos plásticos y envolturas por el consumo de la despensa de nutrición del gimnasio, las que a su vez son depositados en embaces reciclables para evitar la contaminación. Los desechos generados por los clientes al usar las duchas y servicios higiénicos por el motivo de ser desechados por el alcantarillado no se podrá reducir impacto ya que no estaría en nuestras manos.

6.2 Impacto Económico

Tabla N.67 Impacto económico

	Nivel de Impacto						
Indicadores	-3	-2	-1	0	1	2	3
1. Estabilidad económica						x	
2. Aumento de tasa de empleo							X
3.Calidad de vida							X
Total						2	9

Elaborado por: Katherine Chávez

Análisis

El nivel de impacto económico es de 3 es decir un impacto positivo alto ya que el aumento de la tasa de empleo genera mayor productividad al país desarrollando de esa manera la calidad de vida de cada uno de sus habitantes mejorando la actividad económica conjunta.

6.3 Impacto Productivo

Tabla N. 68 Impacto productivo

	Nivel de Impacto						
Indicadores	-3	-2	-1	0	1	2	3
1. Satisfaccion clientes							X
2. Tecnologia moderna						x	
4. Competencia					x		
5. Mejoramiento continuo						x	
Total					1	4	3

Elaborado por: Katherine Chávez

Análisis

El impacto que producen los indicadores es de 2 es decir un impacto positivo medio, la satisfacción del cliente es indispensable para lograr los objetivos establecidos, la tecnología y el mejoramiento continuo permite brindar un servicio de calidad y estabilidad del cliente mientras que la competencia tiene un impacto positivo bajo ya que dentro del sector no existen empresas que brinden este servicio.

6.4 Impacto Social

Tabla N. 69 Impacto social

	Nivel de Impacto						
Indicadores	-3	-2	-1	0	1	2	3
1. Disminución del sedentarismo							X
2. Socialización						x	
3. Plazas de empleo							X
4. Transmisión de conocimiento					x		
Total					1	2	6

Elaborado por: Katherine Chávez

Análisis

El nivel de impacto es de 3 es decir impacto positivo alto ya que el sedentarismo, en la actualidad es una de las enfermedades que no permite al ser humano desarrollarse de efectivamente dentro de sus actividades diarias y afectando a su salud, al mismo tiempo la generación de empleo ayuda a la elevación de economía familiar impulsando la economía global del país, la

socialización es impacto positivo medio ya que la comunicación es a diario y con ello se establecerá pautas de transmisión de información, por lo tanto la transmisión de conocimiento tiene un impacto positivo bajo ya que la información de cómo mejorar y conseguir un estilo de vida saludable existe en los medios comunicativos con la única diferencia que no es personalizado.

Capítulo VII

7. Conclusiones y Recomendaciones

7.1 Conclusiones

- De acuerdo al análisis realizado en el sector de la Florida, tiene como resultado una demanda de clientes potenciales debido a la necesidad de las personas por un lugar que brinde un servicio de este tipo.
- Los precios ofertados demostraron que fue muy atrayente para los usuarios y que lograron ajustarse a la economía del sector.
- La inversión es de $ 34.162,91 la cual se requiere para la iniciación delas actividades del gimnasio, además estará constituida por el 35% de capital propio y el 65% por capital financiado.
- Al analizar los impactos se determinó que se encuentra en un promedio general de impacto positivo medio alto, es decir que es favorable dentro del sector.
- De acuerdo a los índices se demuestra que es una propuesta rentable y más a un conveniente para el sector.

7.2 Recomendaciones

- Innovarse en cada área de entrenamiento y de igual manera en la nutrición la cual cada vez mejora, que permita un desempeño completo de los usuarios llamando su atención de cada servicio que se preste.
- Planificar estrategias que nos permitan aprovechar toda la demanda existente y la que se unirá en el transcurso que se preste el servicio, aprovechando la insuficiencia de este tipo de servicios en el lugar.
- Brindar un servicio de calidad y confort que ayude al desenvolvimiento de los usuarios, a compenetrarse con su entrenamiento y lo realicen de manera divertida.
- Realizar evaluaciones del servicio, es decir tomando en cuenta la opinión de los usuarios que ayuden a la evolución del establecimiento.
- Mantener un precio beneficiario para el sector que prolongue la estadía del establecimiento y propague su expansión.

- **Bibliografía**

Alcalde, P. (2008). Calidad. Madrid: Paraninfo.

Amparano, A. B. (2005). Sistema de Empresa Inteligente.Mexico

Anaya, J. J. (2011). gestion operativa de la empresa. España: Esic.

Arca, F. G. (2005). Gestion Comercial De Las Pymes. España: Ideas Propias.

Ardura, I. R. (2006). Principios y estrategias de marketing. Barcelona: Editorial UOC.

Ardura, I. R. (2006, Pag 70). Principios y estrategias de marketing. barcelona : Editorial UOC.

Ardura, I. R. (2006, pag 71). principios y estrategias de marketing. Barcelona: Editorial UOC.

Ardura, I. R. (2006, pag.71). Principios y estrategias de maeketing. barcelona: esitorial Uoc.

Ardura, I. R. (2006, pag.71). Principios y estrategias de marketing.

Baquero, A. V. (2005). Nuevas fuerzas del Desarrollo. Barcelona: Antoni Bosh.

Borello, A. (2006). Plan de negocios . España: Dias de santos.

Cabrero, J. D. (2007). Marketing de clientes. Espa'na : McGraw-Hill Interamericana.

Chain, N. S. (2007). proyectos de inversion formulacion y evaluacion. Mexico: Pearson educacion en Mexico.

Daniel Martínez Pedros, A. M. (2012). Analisis del entorno. Madrid: Diaz de Santos.

Descals, A. M. (2006). Comportamiento del consumidor. Barcelona: UOC.

Eslava, J. d. (2009, pag.103). las claves de la contabilidad en la pymes. Madrid: Esic.

Gaitán, O. E. (2006,pag.345). Análisis financiero y de gestión. Ecoe Ediciones .

Galindo, C. J. (2006). Manual para la cracion de empresas. Bogota: Editorial Kimpres Ltda.

Galindo, C. J. (2006, pag.133). Manual para la creación de empresas: guía de planes de negocios. Bogota: Kimpres.

Gitman, L. J. (2003,pag.342). Principios de administracion financiera. Mexico: Pearson Educacion.

Gomero, H. P. (2006,pag.127). Fundamentos técnicos de la matemática financiera. Lima : Fondo editorial de la Pontificia Universidad Catolica del Peru.

Guerra, G. (2002,pag.276). El agronegocio y la empresa agropecuaria frente al siglo XXI. Costa Rica: Editorial Agroamerica.

Hamilton, W. M. (2005,pag.175). Formulación y evaluación de proyectos tecnológicos empresariales aplicados. Colombia: Convenio Andres Bello.

Ildefonso Grande, E. A. (2005). analsiis de encuestas. Madrid: ESIC.

ILPES. (2006). Guia para presentaciond e proyectos. españa: Siglo veintiuno.

J. Enrique Bigné, X. F. (2000). marketing de destinos turisticos, analisis y estrategias de desarrollo. Madrid: ESIC.

Javier Medina Vasquez, E. O. (2007). Manual de prospectiva ydesiscion estrategica. colombia: ILPES.

Keat, P. G. (2004). Economia de Empresa, cuarta edicion. Mexico: Pearson educacion.

M. Teresa Icart Isern, A. M. (2006). Elaboracion y presentacion de un proyectode investigacion y una tesina. Barcelona.

MARTIN, H. W. (2005,pag.172). Formulación y evaluación de proyectos tecnológicos empresariales aplicados. Colombia: Convenio Andres Bello.

Medina, R. A. (2007, pag. 11). SISTEMAS DE COSTOS Un proceso para su implementacion. Colombia: Centro de Publicaciones de la Universidad de Colombia.

Medina, R. A. (2007, pag.10). SISTEMAS DE COSTOS Un proceso para su implementacion. Colombia: centro de publicaciones de la Universidad de Colombia.

Medina, R. A. (2007, pag.9). SISTEMAS DE COSTOS, Un proceso para su implementacion. Colombia: Centro de publicaciones de la Universidad de Colombia.

Miranda, J. J. (2005). Gestión de proyectos: identificación, formulación, evaluación financiera. colombia: MM editores.

Miranda, J. J. (2005, pag.122). Gestión de proyectos. Bogota: editorial guadalupe 5 edicion.

Miranda, J. J. (2005, pag.177). Gestión de proyectos. Bogota: Guadalupe Ltda.

Naresh K. Malhotra, J. F. (cuarta edicion 2004). Investigacion de mercado un enfoque aplicado. Mexico: Pearson education.

Orozco, C. H. (2007, pag.87). Analisis Administrativo. Costa Rica: Universidad Estatal a Distancia.

Parra, M. G. (2004, pag.169). Dirreccion Financiera. Barcelona: Ediciones de la Universidad Politecnica de Catalunya.

Pearl, B. (2002). Tratado General de la Musculacion. Barcelona: Paidotribo.

Robbins, S. P. (2005). Administracion. Mexico: Marisa de Anta, octava edicion.

Salinas, N. (2005). Manual para el Tecnico de sala Fitness. Barcelona: Paidotribo.

santiago_matosabreu. (2007). monografias. Recuperado el jueves de junio de 2014, de http://www.monografias.com/trabajos25/gestion-administrativa/gestion-administrativa.shtml#gestion

Sara Marquez R, M. M. (2012). Principios Generales de la Nutricion. Madrid: Diaz de Santos.

Soto, C. A. (2011,pag.139). Costos para pyme: Guía de costos para micro y pequeños empresarios:. Bogota: ECOE Ediciones.

T, C. (2007,pag.65). Contabilidad de costos: un enfoque gerencial. Mexico : pearson educacion.

Torres, M. A. (2006). principios y aplicacionde la gestion del rendimiento. Madrid: Diaz de Santos.

ValbuenaAlvarez, R. (2000). La evaluacion del proyecto en la desicion del empresario. Mexico: primera edicion UNAM, facultad de economia.

Vásquez, A. G. (2005, pag. 68). Contabilidad financiera. Bogota: Centro Editorial de la Universidad del Rosario .

Vásquez, A. G. (2005, Pag.111). Contabilidad Financiera. Bogota: Centro Editorial de la Universidad del Rosario.

Vásquez, A. G. (2005, pag.112). Contabilidad Financiera. Bogota: Centro Editorial de la Universidad del Rosario.

Veiga, J. F.-C. (2008, pag. 270). Control de la Gestion Empresarial (7 Ed). Madrid: ESIC.

Vertice. (2007,pag.4). Seleccion de Personal. España: Editorial Vertice.

Vertice, E. (2004). Dirreccion Estrategica. publicaciones Vertice.

Viedma, C. d. (1993). Una guia para investigacion. salamanca- Madrid: complutense.

- **Web grafía**

http://www.ultimasnoticias.ec/noticias/2669-pilas-con-el-sedentarismo

Salinas, N. (2005). Manual para el Tecnico de sala Fitness. Barcelona: Paidotribo.

http://www.aeo.org.ec/PDF/REQUISITOS%20ESTABL%20NUEVOS.pdf

https://sites.google.com/a/iescartuja.es/gimnasio/nuestro-proyecto

http://prezi.com/v96jdgw_yukl/propuesta-estrategica/

https://proyectayemprende.wikispaces.com/2013.+Análisis+de+la+competencia+de+Yayo+Gym.

http://books.google.com.ec/books?id=h7V2HNM2shIC&printsec=frontcover&dq=objetivos&hl=es-419&sa=X&ei=1juRU5-2KojMsQSui4LQCQ&ved=0CDcQ6AEwAw#v=onepage&q=objetivos&f=false

http://books.google.com.ec/books?id=VxHx8drjxOUC&pg=PA527&dq=objetivos+generales+y+especificos&hl=es

http://gestionoperativadelasorganizaciones.blogspot.com/2012/12/que-es-las-gestion-operativa.html

http://www.tesipro.com/content/gestion-comercial

http://www.inec.com

http://contenido.bce.fin.ec/documentos/Estadisticas/SectorReal/Previsiones/IndCoyuntura/EstMacro012014.pdf

http://www.americaeconomia.com

http://www.konradlorenz.edu.co/images/publicaciones/suma_negocios_working_papers/2013-v2-n2/05-kholer.pdfhttp://books.google.com.ec/books?id=Bptc1C9T8ioC&pg=PA87&dq=organigrama&hl=es&sa=X&ei=O3qjU9_MGKjfsASJvoEY&ved=0CCQQ6AEwAA#v=onepage&q=organigrama&f=false

- **Anexos**

Los Centros de cosmetologia y estetica - centros de reduccion de peso – spa y gimnasios, tienen como requisitos de funcionamiento lo siguiente:

- ✓ Solicitud para permiso de funcionamiento.
- ✓ Planilla de Inspección.
- ✓ Copia títulos de los Profesionales Endocrinólogo y Nutricionista, (en caso de centro de reducción de peso). Médico (en caso de centro de cosmetología y es tética).
- ✓ Lista de tipos de tratamiento realizados por el centro de reducción de peso, con el aval del profesional responsable.
- ✓ Copias de títulos de los profesionales de la salud (registrados en el Ministerio de Salud
- ✓ Pública)
- ✓ Copia título del Profesional Licenciado(a) en Educación física – gimnasios.
- ✓ Copia del Certificado del título emitido por el Conesup.
- ✓ Copia de certificado de salud ocupacional emitido por los centros de salud del Ministerio
  de Salud (el certificado de salud tiene validez por 1 año desde su emisión)
- ✓ Copia de la Cédula y Certificado de Votación del propietario.
- ✓ Copia del RUC del establecimiento.

Certificado de Funcionamiento del Cuerpo de Bomberos

Maquinas

La caminadora

Aumenta el tono muscular, trabaja la movilidad articular de la columna, ya que reduce la cintura con ese ejercicio.

La bicicleta

Tonifica las piernas al pedalear con una resistencia al movimiento siendo las mejores.

La elíptica

Es una máquina que sintetiza en un solo movimiento los gestos de correr, escalar, pedalear y esquiar. Tiene la ventaja que se puede trabajar simultáneamente brazos y piernas, por lo que quema mayor cantidad de calorías en el mismo tiempo**.**

Banco press

Banco plano con soporte para barra sobre la cabeza con el cual se puede realizar press de banca para trabajar pectoral, los tríceps o cualquier otro ejercicio que necesite de un soporte para que el cuerpo permanezca horizontal.

Máquina de femorales

Máquina en la que el individuo debe trabajar recostado en decúbito ventral, es decir, boca abajo, que permite trabajar femorales o isquiotibiales, músculos situados en la parte posterior de la pierna.

Prensa de piernas

Sirve para trabajar la parte posterior de las piernas. Es una máquina con respaldar inclinado que permite posicionar la espalda y posee una plataforma en la cual debemos colocar los pies para levantar con las piernas el peso. Sirve para trabajar sobre todo, femorales, glúteos, cuádriceps y aductores.

Poleas cruzadas

Esta máquina está conformada por un arco metálico en cuyos dos extremos se colocan los pesos y las poleas para tomar de manos y piernas, en ella se puede trabajar la espalda, los brazos, glúteos, piernas, torso inferior y superior

Máquina de aductores/abductores

Es una máquina que se encarga del peso en ellas y debemos juntar las piernas o separarlas, es decir, llevarlas al centro o llevarlas hacia afuera del cuerpo. Se trabaja cara interna y externa de las piernas.

Dorsalera

Es una máquina con sistema de poleas que posee un asiento y soporte para los muslos. En posición sentados, haciendo una suspensión con los brazos con la cual debemos vencer la resistencia del peso al tirar de la polea. Trabaja sobre todo, espalda alta mediante jalones así la nuca.

Paralelas

Es una máquina que posee un apoyo para antebrazos y para espalda. En ella simplemente trabajamos con el peso del cuerpo, como tríceps y pecho o bien trabajar abdominales solo con elevar las piernas al pecho.

Peck Deck

Es una máquina que permite cargar peso y posee un asiento, para trabajar desde posición sentado, trabajando pectorales y también hombros al realizar el movimiento de abrir y cerrar brazos.