



**UNIVERSIDAD LAICA VICENTE ROCAFUERTE
DE GUAYAQUIL**

**FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN
CARRERA DE INGENIERIA COMERCIAL**

**PROYECTO DE INVESTIGACION
PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE
INGENIERO COMERCIAL**

TEMA

**PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE UN GIMNASIO FAMILIAR
EN LA PARROQUIA PASCUALES**

TUTOR:

MSC. SILVIA ESPINOZA MENDOZA

AUTORA

VERÓNICA CARREÑO PANCHANA

GUAYAQUIL,

2018



Presidencia
de la República
del Ecuador



Plan Nacional
de Ciencia, Tecnología,
Innovación y Saberes



SENESCYT
Secretaría Nacional de Educación Superior,
Ciencia, Tecnología e Innovación

REPOSITARIO NACIONAL EN CIENCIAS Y TECNOLOGÍA

FICHA DE REGISTRO DE TESIS

TÍTULO:

PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE UN GIMNASIO FAMILIAR EN LA PARROQUIA PASCUALES

AUTOR: Verónica Carreño Panchana

REVISORES: Msc. Silvia Espinoza Mendoza

INSTITUCIÓN: Universidad Laica Vicente Rocafructe de Guayaquil

Grado obtenido: Ing. Comercial

FACULTAD: ADMINISTRACION

CARRERA: Ingeniería Comercial

FECHA DE PUBLICACIÓN: 2018

N° DE PÁGS.: 137

ÁREA TEMÁTICA: Educación Comercial y Administración

PALABRAS CLAVES: Obesidad-Actividad Física-Plan de Negocio-Viabilidad

RESUMEN:

En la actualidad los Gimnasios se han extendido por todo el territorio Nacional y juegan un papel muy importante en la sociedad, ya que no solo se ha convertido en un medio para tener un buen estado físico, sino que también como una opción para prevenir enfermedades crónicas no transmisibles, como diabetes mellitus tipo 2, hipertensión, obesidad, enfermedades cardiovasculares y otros tipos de cáncer.

Hoy en Día los seres humanos tienen un ritmo de vida muy acelerada, lo que conlleva a no

Dedicarle tiempo a la salud, por lo que cada vez más crece el índice de obesidad tanto en niños y en adulto. El presente proyecto "Plan de Negocio para la creación de un Gimnasio Familiar en la Parroquia Pascuales" pretende demostrar que es viable crear un gimnasio especial para familias, mediante estudios de mercado, organizacional y financiero.

N° DE REGISTRO (en base de datos):

N° DE CLASIFICACIÓN:

DIRECCIÓN URL (tesis en la web):

ADJUNTO PDF:

SI

✓

NO

CONTACTO CON AUTORES:
Carreño Panchana Verónica Eloísa

Teléfono:
2171430

E-mail:
veronica-ecp@hotmail.com

CONTACTO DE LA INSTITUCIÓN:

Nombre: MGS. Rafael Iturralde

Teléfono: 2596500 EXT. 201 DECANATO

E-mail: riturralde@ulvr.edu.ec

Urkund Analysis Result

Analysed Document: 2018tesis.doc (D41121967)
Submitted: 9/4/2018 2:14:00 AM
Submitted By: saespinozam@ulvr.edu.ec
Significance: 8 %

Sources included in the report:

PROAÑO ORBEA KARINA NATHALIE 05-08-15.pdf (D15015485)
PLAN DE NEGOCIOS FADIA VERA.docx (D34792885)
TESIS BYRÓN ZAMBRANO.docx (D15498097)
20171127 Adela Oñate TESIS PROYECTO DE FACTIBILIDAD GIMNASIO.docx (D32970924)
PROYECTO FINAL23.docx (D15702161)
<http://www.rtve.es/alcarta/videos/documentos-tv/documentos-tv-sexo-sentido/2616594/>
<https://riunet.upv.es/bitstream/handle/10251/57613/TFC%20-%20Villanueva%20Roca%20C.M%20%20-%20%20PLAN%20DE%20EMPRESA%20DE%20UN%20GIMNASIO.pdf?sequence=1>
<http://dspace.uniandes.edu.ec/bitstream/123456789/1324/1/TUQADM002-2015.pdf>
<https://www.expreso.ec/actualidad/obesidad-sobrepeso-alimento-dieta-erikaalvarez-oms-inec-salud-YX1761427>
http://www.who.int/features/factfiles/physical_activity/es/
<http://www.guayaquil.gob.ec/c%C3%B3mo-obtengo-una-solicitud-para-registro-de-patente>

Instances where selected sources appear:

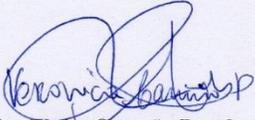
29



DECLARACIÓN DE AUTORÍA Y CESIÓN DE DERECHOS PATRIMONIALES

El estudiante egresado Veronica Eloísa Carreño Panchana, declara bajo juramento, que la autoría del presente proyecto de investigación, **PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACION DE GIMNASIO FAMILIAR EN LA PARROQUIA PASCUALES**, corresponde totalmente al suscrito y me responsabilizo con los criterios y opiniones científicas que en el mismo se declaran, como producto de la investigación realizada.

De la misma forma, cedo mis los derechos patrimoniales y de titularidad a la **UNIVERSIDAD LAICA VICENTE ROCAFUERTE DE GUAYAQUIL**, según lo establece la normativa vigente.

Firma: 
Veronica Eloisa Carreño Panchana

C.I.0922517024

v

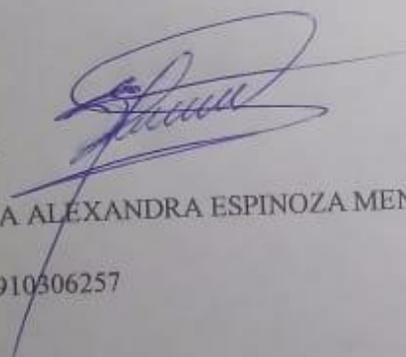
CERTIFICACIÓN DE ACEPTACIÓN DEL TUTOR

En mi calidad de Tutor del Proyecto de Investigación **PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACION DE GIMNASIO FAMILIAR EN LA PARROQUIA PASCUALES**, designada por el Consejo Directivo de la Facultad de Ingeniería Comercial de la Universidad LAICA VICENTE ROCAFUERTE de Guayaquil.

CERTIFICO:

Haber dirigido, revisado y aprobado en todas sus partes el Proyecto de Investigación titulado: **PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACION DE GIMNASIO FAMILIAR EN LA PARROQUIA PASCUALES**, presentado por los estudiantes **Veronica Eloisa Carreño Panchana** como requisito previo, para optar al Título de Ingeniera Comercial, encontrándose apto para su sustentación.

Firma:



SILVIA ALEXANDRA ESPINOZA MENDOZA

C.I. 0910306257

AGRADECIMIENTO

A Papito Dios por darme la fortaleza para poder culminar mi carrera que por cuestiones de la vida le había puesto un alto.

Agradezco también a la Sra. Carmen Cedeño que aunque no está entre nosotros fue la persona que me oriento al momento de elegir la Carrera que hoy he culminado con mucha satisfacción.

A mi Esposo Jesús Quinde Torres por haberme dado el espacio y haberse encargado de los niños mientras yo estudiaba, a mi mami Sandra Panchana Olivo que con su apoyo, consejo y ánimo me inculco que cada esfuerzo tiene su recompensa.

También al Sr Ricardo Cruz Peña que aunque ya no está entre nosotros siempre me motivo a que se siga adelante con la carrera, cuando yo ya quería tirar la toalla.

A mi papi Hugo Carreño Piligüe aunque casi no lo veía, cuando nos vemos me aconsejaba que siguiera adelante que haga el último esfuerzo por obtener mi Título de Ingeniera, y me dice lo orgullosos que se tiene de mí, así mismo quiero agradecer a mi hermana Xiomara Cruz ya que con sus conocimientos en diseño gráfico me ayudo con lo del diseño de la página y volante para este proyecto.

A mi Tutora por su dedicación y tiempo en el desarrollo de este trabajo de investigación y a todos mis profesores a lo largo de mi carrera a quienes recordare con respeto y admiración.

DEDICATORIA

Esta tesis está dedicada con mucho cariño para mi Mama Sandra Panchana Olivo una mujer luchadora que cuando se quedó sola nos sacó adelante a mí a mis hermanas a mi Esposo Jesús Quinde Torres y a mi familia que son un pilar fundamental en mi vida ya que sin ellos no habría podido alcanzar mi meta.

Dedico este proyecto especialmente a mi Hijos a Joseth Quinde a Michael Quinde, ya que ellos son los que motivan día a día a crecer como persona y como profesional, para ser un ejemplo para ellos

A mis Tutora la Msc. Silvia Espinoza Mendoza que dedico valiosas horas en ayúdame con sus conocimientos, experiencia, paciencia, para guiarme para culminar con éxitos este proyecto

A Dios por ser mi guía y fortaleza en todos los momentos de mi vida.

ÍNDICE GENERAL

REPOSITORIO.....	III
CERTIFICADO DE SIMILITUDES.....	III
DECLARACION DE AUTORIA Y CESION DE DERECHOS PATRIMONIALES.....	IV
CERTIFICACION DE ACEPTACION DEL TUTOR.....	V
AGRADECIMIENTO.....	VI
DEDICATORIA.....	VII
Capítulo I DISEÑO DE LA INVESTIGACION.....	1
1.1 TEMA.....	1
1.2 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	1
1.3 FORMULACION DE PROBLEMA.....	4
1.4 SISTEMATIZACION DEL PROBLEMA.....	4
1.5 OBJETIVOS DE LA INVESTIGACION.....	5
1.5.1 OBJETIVO GENERAL.....	5
1.5.2 OBJETIVOS ESPECIFICOS.....	5
1.6 JUSTIFICACION DE LA INVESTIGACION.....	5
1.7 DELIMITACION O ALCANCE DE LA INVESTIGACION.....	6
1.8. IDEA A DEFENDER.....	7
Capitulo II MARCO TEORICO.....	8
2.1 ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACIÓN.....	8
2.2.1 PLAN DE NEGOCIO.....	15
2.2.2 ESTRATEGIA DE NEGOCIO.....	18
2.2.3 PLAN ESTRATEGICO.....	19
2.2.4 PLAN COMERCIAL.....	19
2.2.5 PLAN OPERATIVO.....	20
2.2.6 PLAN ORGANIZACIONAL.....	20
2.2.7 PLAN FINANCIERO.....	20
2.2.8 ANALISIS PEST.....	21
2.2.9 ANALISIS FODA.....	25

2.3.0 FUERZA DE PORTER	26
2.3.1 ANALISIS DE LAS 5 FUERZAS DE PORTER	28
2.3.2 MARCO CONCEPTUAL.....	30
2.4 MARCO LEGAL.....	33
2.4.1 Proceso para la constitución de la compañía.....	33
2.4.1.1 Requisitos para la obtención del RUC.....	34
2.4.1.2 Requisitos para la obtención de la Patente.....	34
2.4.2 Obligación de llevar contabilidad.....	35
2.4.3 Declaración y Pago del IVA	36
2.4.4 Exoneración de Impuesto a la Renta para nuevas microempresa	37
Capitulo III METODOLOGIA DE LA INVESTIGACION.....	41
3.1 TIPOS DE LA INVESTIGACION.....	41
3.2 ENFOQUE DE LA INVESTIGACION	41
3.4 POBLACIÓN.....	42
3.5 MUESTRA	42
3.6 ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS.....	43
3.6.1 Recolección y Análisis.....	43
Capítulo IV PROPUESTA.....	54
4.1 TEMA	54
4.2.OBJETIVOS	54
4.2.2 OBJETIVOS ESPECIFICOS.....	54
4.3 PLAN DE NECOCIO	54
4.3.1 PLAN ESTRATEGICO.....	54
4.3.1.1 LA EMPRESA.....	54
4.3.1.2 MISION	55
4.3.1.3 VISION.....	55
4.3.1.4 ASPECTOS LEGALES PARA EL FUNCIONAMINETO	55
4.3.1.5 VALORES ORGANIZACIONALES.....	56
4.3.1.6 UBICACIÓN	56

4.3.1.7 ANALISIS PEST	57
4.3.1.8 ANALISIS PORTER	59
4.3.1.9 ANALISIS FODA.	61
4.4 PLAN COMERCIAL.....	64
4.4.1 IMAGEN DEL NEGOCIO	64
4.4.2 EL MERCADO.....	64
4.4.3 MARKETING MIX.....	65
4.4.3.1 PRODUCTO/ SERVICIO	65
4.4.3.2 PRECIO	66
4.4. 3.3 PLAZA.....	66
4.4.3.4 PROMOCIÓN.....	67
4.4.3.5 PERSONA	67
4.4.3.6 PHYSICAL EVIDENCE	67
4.4.3.7 PROCESO.....	67
4.4.3.8 PRODUCTIVIDAD.....	68
4.4.4 ESTRATEGIAS DE MARKETING	68
4.4.4.1.-Publicidad mediante las redes sociales	68
4.4.4.3.- Envió de e-malling.....	70
4.4.4.4.- Estrategia de venta.....	70
4.5 PLAN OPERATIVO	71
4.5.1 DISEÑO DE LAS LOCACIONES.....	71
4.5.2 PLAN DE COMPRAS.....	71
4.6 PLAN ORGANIZACIONAL	79
4.6.1 ORGANIGRAMA	79
4.6.2 MANUAL DE FUNCIONES.	80
4.7 PLAN FINANCIERO	87
4.7.1 INVERSIÓN INICIAL	87
4.7.2 DETALLE DE GASTOS AL INICIO DE OPERACIÓN	92
4.7.3 CAPITAL DE TRABAJO	94

4.7.4 FINANCIAMIENTO	100
4.7.5 ESTADOS DE SITUACIÓN FINANCIERA Y FACTIBILIDAD.....	104
4.7.6 TASA DE RETORNO Y VALOR ACTUAL.....	106
4.7.7 ESTADO DE SITUACION FINANCIERA.....	110
CONCLUSIONES	113
RECOMENDACIONES.....	115
BIBLIOGRAFIA	116
ANEXO.....	137

Índice de Figura

FIGURA 1 MAPA DE PARROQUIAS URBANAS	6
FIGURA 2 ESTRUCTURA DEL PLAN DE NEGOCIO.....	19
FIGURA 3 ESQUEMA ANALISIS PET.....	23
FIGURA 4 COMPONENTE MACRO AMBIENTE	25
FIGURA 5 FODA.....	27
FIGURA 6 MODELO POTER.....	28
FIGURA 7 GIMNASIO	31
FIGURA 8 AERÓBICOS	32
FIGURA 9 ANAERÓBICOS.....	32
FIGURA 10 PILATES	33
FIGURA 11 UBICACIÓN.....	58
FIGURA 12 LOGO.....	65
FIGURA 13 DISEÑO WEB	70
FIGURA 14 VOLANTE.....	71
FIGURA 15 LOCACIONES	72
FIGURA 16 ORGANIGRAMA.....	81
FIGURA 17 CRÉDITO	100

Índice de Grafico

Grafico 1 Que edad tienes.....	43
Grafico 2 ¿Ha acudido usted a un Gimnasio a realizar actividades físicas en los últimos seis meses?.....	44
Grafico 3 ¿Si Usted tuviera que elegir un Gimnasio cual sería la razón más importante?.....	45
Grafico 4 ¿Qué lo motivaría más, para inscribirte en un Gimnasio?.....	46
Grafico 5 ¿Existe en su sector un gimnasio al que pueda asistir con su familia?.....	47
Grafico 6 ¿Estaría Usted de acuerdo con que hubiera un Gimnasio con entrenadores especializados en este Sector?	48
Grafico 7 ¿Estaría Usted de acuerdo que en el Gimnasio hubiera actividades Física para niños?.....	49
Grafico 8 ¿Estaría Usted de acuerdo que su hijo pudiera asistir al mismo Gimnasio?	50
Grafico 9 ¿Estaría Usted de acuerdo con que hubiera un gimnasio con excelente servicio e infraestructura en el sector?	51
Grafico 10 ¿Cuánto Usted estaría dispuesto a pagar por la mensualidad del Gimnasio?.....	52

Índice de Tablas

Tabla 1 n° de Familias	3
Tabla 2 Población por Sexo	3
Tabla 3 Población por Edades.....	3
Tabla 4 ¿Qué edad tiene?.....	43
Tabla 5 ¿Ha acudido usted a un Gimnasio a realizar actividades físicas en los últimos seis meses?.....	44
Tabla 6 ¿Si Usted tuviera que elegir un Gimnasio cual sería la razón más importante?.....	45
Tabla 7 ¿Qué lo motivaría más, para inscribirte en un Gimnasio?.....	46
Tabla 8 ¿Existe en su sector un gimnasio al que pueda asistir con su familia?.....	47
Tabla 9 ¿Estaría Usted de acuerdo con que hubiera un Gimnasio con entrenadores especializados en este Sector?.....	48
Tabla 10 ¿Estaría Usted de acuerdo que en el Gimnasio hubiera actividades Física para niños?.....	49
Tabla 11 ¿Estaría Usted de acuerdo que su hijo pudiera asistir al mismo Gimnasio?.....	50
Tabla 12 ¿Estaría Usted de acuerdo con que hubiera un gimnasio con excelente servicio e infraestructura en el sector?	51
Tabla 13 ¿Cuánto Usted estaría dispuesto a pagar por la mensualidad del Gimnasio?.....	52
Tabla 14 Análisis Pest.....	58
Tabla 15 Análisis de Porter.....	60
Tabla 16 Fortalezas	61
Tabla 17 Oportunidades.....	61
Tabla 18 Debilidades	62
Tabla 19 Amenazas.....	62
Tabla 20 Foda	63
Tabla 21 Costo de Servicio.....	66
Tabla 22 Plan de Compras	72
Tabla 23 Equipos de Computación.....	73
Tabla 24 Maquinarias y Equipo.....	75

Tabla 25 total Activos.....	79
Tabla 26 Activos no Corriente.....	88
Tabla 27 Gastos Pre Operacionales	91
Tabla 28 Presupuesto de Sueldo	92
Tabla 29 Gastos Administrativo	92
Tabla 30 Gastos de Ventas.....	93
Tabla 31 Costo de Venta.....	93
Tabla 32 Capital de Trabajo.....	94
Tabla 33 Proyección de Ingreso por Membresías.....	95
Tabla 34 Ventas Mensuales Membresias	96
Tabla 35 Ventas Anual Bebidas.....	97
Tabla 36 Precio Anual Bebidas.....	99
Tabla 37 Proyección de ingreso.....	96
Tabla 38 ventas anuales de bebidas.....	96
Tabla 39 Financiamiento.....	100
Tabla 40 Amortización	101
Tabla 41 Gastos Financieros Anual.....	102
Tabla 42 Estado de Resultado Proyectado.....	104
Tabla 43 Flujo de Efectivo Proyectado.....	105
Tabla 44 TIR/VAN	106
Tabla 45 Análisis de sensibilidad	108
Tabla 46 Estado de Situación Financiera.....	110
Tabla 47 Ratios Financieros.....	112

RESUMEN

En la actualidad los Gimnasios se han extendido por todo el territorio Nacional y juegan un papel muy importante en la sociedad, ya que no solo se ha convertido en un medio para tener un buen estado físico, sino que también como una opción para prevenir enfermedades crónicas no transmisibles, como diabetes mellitus tipo 2, hipertensión, obesidad, enfermedades cardiovasculares y otros tipos de cáncer.

Hoy en Día los seres humanos tienen un ritmo de vida muy acelerada, lo que conlleva a no dedicarle tiempo a la salud, por lo que cada vez más crece el índice de obesidad tanto en niños como en adulto, además en el estudio de mercado realizado a la población de Pascuales se pudo evidenciar que no realizan actividad física por no contar con un espacio para poder realizar actividad física , por lo que esta carencia repercute en la oportunidad de emprender un proyecto productivo con la finalidad de ayudar a crear el hábito de realizar actividad Física.

El presente proyecto “Plan de Negocio para la creación de un Gimnasio Familiar en la Parroquia Pascuales” pretende demostrar que es viable crear un gimnasio especial para familias, mediante estudios de mercado, organizacional y financiero.

Cabe destacar que hoy en día la Organización Mundial de la Salud (OMG) está haciendo un llamado a las autoridades de todo los países para que fomenten la importancia y la práctica de realizar actividad física para la salud, por lo que se estaría contribuyendo con el país.

Palabra clave

Obesidad- Actividad Física- Plan de Negocio-Viabilidad.

Capítulo I

DISEÑO DE LA INVESTIGACION

1.1 TEMA

Plan de Negocio para la creación de un Gimnasio Familiar en la Parroquia Pascuales

1.2 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Los gimnasios se conformaron desde la época antigua de Grecia donde las personas realizaban actividades físicas, con el transcurso del tiempo se fueron especializando cada uno en diferente tendencia deportiva.

Hoy en día los ecuatorianos llevan un ritmo de vida muy acelerado en el cual no le dedica un poco de tiempo al cuerpo y a la mente, Según un sondeo realizado por la encuesta Nacional de la Salud y Nutrición (ENSANUT) y publicada entre 2014 y 2015, informa

“En el Ecuador el 29,9% de niños entre 5 a 11 años tienen sobrepeso y obesidad. Este dato incrementa al 62,8% en adultos entre 19 y 59 años”.

Este tema ha estado en la mira de instituciones nacionales e internacionales en las últimas décadas, debido al aumento en el consumo de alimentos altos en grasa, sal y azúcar, pero bajo en vitaminas y minerales.

El problema de la obesidad radica en que las personas con sobrepeso tienen el riesgo de desarrollar enfermedades crónicas no transmisibles, como diabetes mellitus tipo 2, hipertensión, enfermedades cardiovasculares y otros tipos de cáncer. De acuerdo a las cifras del Instituto

Nacional de Estadísticas y Censos (INEC), estas son algunas de las principales causas de muerte en Ecuador.

Un nuevo estudio realizado por el *Imperial Collage de Londres* y la OMS, llegó a la conclusión “De que si se mantienen las tendencias alimenticias actuales, para el 2025 el número de lactantes y niños pequeños con sobrepeso aumentará a 70 millones”

Además un artículo de la OMS indica que

“La falta de actividad física es un factor de riesgo considerable para las enfermedades no transmisibles (ENT), como los accidentes cerebrovasculares, la diabetes y el cáncer y la obesidad. Son muchos países en los que la actividad física va en descenso. En el ámbito mundial, el 23% de los adultos y el 81% de los adolescentes en edad escolar no se mantienen suficientemente activos.

La falta de actividad física es la que llevó a este organismo de Naciones Unidas a lanzar un plan de acción mundial para la prevención y control de enfermedades no transmisibles 2013-2020, En el que hace un llamamiento a reducir un 10% la inactividad física, lo que contribuirá a alcanzar los objetivos de desarrollo sostenibles.

Además lamenta que las mujeres y niñas son menos activas que los hombres y niños, mientras que los adultos mayores son menos activos que los jóvenes”

(Fuente:http://www.who.int/features/factfiles/physical_activity/es/) OMS

La falta de espacios físicos para realizar ejercicios es lo que hace urgente la necesidad de construir un Gimnasio por lo que se ha definido como lugar estratégico la parroquia urbana de

Pascuales del cantón Guayaquil que cuenta con una población de 74,932 habitantes, de los cuales según datos del INEC está compuesto de la siguiente manera.

Números de Familias

Tabla 1 de Familias

Grupos	Población
Familias	18,730

Fuente: INEC Elaborado por la Autora

Porcentaje de Población por Sexo

Tabla 2 Población por Sexo

Sexo	%
Mujeres	49,57
Hombres	50,43

Fuente: INEC Elaborado: Autora

Porcentaje de Población por Edades

Tabla 3 Población por Edades

Edades	%
Menor de 1 Año	1,85
De 1 a 6 Años	13,37
De 7 a 13 Años	15,37
De 14 a 20 Años	12,90
De 21 a 27 Años	12,55
De 28 a 35 Años	13,17
De 36 a 64 Años	26,36
Mayores de 65 Años	4,48

Fuente: INEC Elaborado: Autora

El target de este gimnasio permite definir como usuario a todos los residentes del sector, que comprende las edades de 10 a 65 años y sin distinción de género. La infraestructura la ubicación del gimnasio será estratégica dado que Pascuales cuenta con un único parque ubicado en la Av.

Flavio Alfaro que al encontrarse un poco descuidado los habitantes no concurren con mayor frecuencia, así mismo los gimnasio que se encuentran a los alrededores de la parroquia tales como el Morris Gym, Ollantay Gym, H2R Fitness, Power Classi Gym, Puma Gym, Sun Gym, sus instalaciones no brindan seguridad para los niños, adicional a eso no son tan concurridos por los habitantes del sector de Pascuales por encontrarse en una zona periférica muy alejada. Se considera que el proyecto plantea una nueva alternativa de ejercitarse sin necesidad de trasladarse a un lugar tan alejado, además que con un lugar cerca se incentivaría el hábito de realizar ejercicio, se ha comprobado con el paso del tiempo que cuando se realiza actividad física y teniendo una buena alimentación disminuyen los riesgos de contraer enfermedades.

1.3 FORMULACIÓN DE PROBLEMA

¿Cómo contribuir de manera positiva en el desarrollo físico y mental en los habitantes del sector de Pascuales?

1.4 SISTEMATIZACIÓN DEL PROBLEMA

- ¿Qué grado de aceptación tendrá un gimnasio ubicado en la parroquia de Pascuales?
- ¿Cuáles deben de ser las estrategias para competir exitosamente en el sector de Pascuales?
- ¿Cuál debería ser la estructura organizacional del Gimnasio?
- ¿Cuál debería ser la inversión y los beneficios económicos que se pueden obtener?

1.5 OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN

1.5.1 OBJETIVO GENERAL.

Elaborar un plan de negocio para la creación de un gimnasio familiar en la parroquia Pascuales

1.5.2 OBJETIVOS ESPECIFICOS

- Elaborar un estudio de mercado para determinar los gustos y preferencias de la población en cuanto a este tipo de servicio.
- Diseñar estrategias para competir en el sector de los Gimnasios
- Determinar los recursos necesarios para este tipo de servicio.
- Analizar la inversión y sus beneficios económicos

1.6 JUSTIFICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN

El propósito principal del proyecto es crear un lugar donde los habitantes de Pascuales puedan realizar actividades físicas de una manera saludable.

Para lograr que el proyecto sea viable, se realizará una investigación de campo para conocer si existe un mercado insatisfecho. Y así poder incentivar y fomentar el hábito saludable de realizar actividad física para prolongar la salud y prevenir posibles enfermedades, así como la interacción social familiar un factor importante que puede influir positivamente en el aspecto psicológico en las familias de la Parroquia Pascuales, además actualmente en nuestro país existe la tendencia de mejorar la imagen corporal.

Adicional a eso el trabajo se justifica con el objetivo 3 y 9 del plan nacional del buen vivir en cual indica *“Mejorar la calidad de vida de la población”* y *“Garantizar el Trabajo Digno en todas*

sus Formas” (SENPLADES, 2013), con la creación del Gimnasio se proporcionarán fuentes de trabajos.

También se justifica con el plan de acción de la OMS “Plan de acción mundial para la prevención y el control de las enfermedades no transmisibles (ENT) 2013-2020”. En él se hace un llamamiento a reducir en un 10 por ciento la inactividad física con miras a 2025, (Organización Mundial de la Salud)

1.7 DELIMITACIÓN O ALCANCE DE LA INVESTIGACIÓN

Campo: Emprendimiento

Área: Servicio

Tema: Plan de Negocio para la creación de un Gimnasio en la Parroquia Pascuales

Delimitación geográfica: Provincia del Guayas,

Delimitación espacial: Parroquias Pascuales

Delimitación temporal: 6 meses

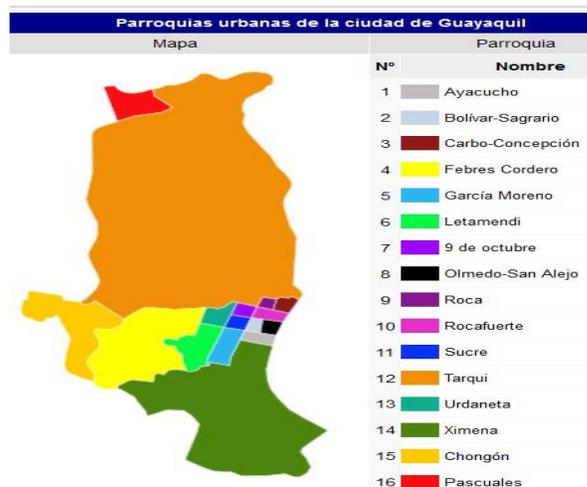


Figura 1 Mapa de Parroquias urbanas
Fuente: google mapa parroquia urbanas

1.8. IDEA A DEFENDER

Elaborar un plan de negocio para la creación de un gimnasio en la parroquia Pascuales, impulsará el hábito de realizar actividades físicas para mejorar la calidad de vida de las Familias del sector.

Capítulo II

MARCO TEÓRICO

2.1 ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACIÓN

El proyecto realizado por (Gualle Hidalgo, 2014) titulado “Estudio de la factibilidad para la creación de un Gimnasio en el Centro Historico de Quito” en su análisis define que en los últimos 10 años la industria del fitness ha crecido, se ha dinamizado y ha pasado a ser un buen negocio, así lo demuestra la gran apertura de locales destinados hacia la práctica de ejercicio físico en la ciudad de Quito, solo en la capital según la Federación Ecuatoriana de Gimnasios hay unos 500 gimnasios el doble de lo que era 10 años atrás, al norte y al sur de la ciudad existen gimnasios con máquinas con tecnología de punta y un buen servicio al cliente, sin embargo en el centro de la ciudad no hay un gimnasio con este tipo de características, Este proyecto tiene como objetivo general analizar que tan factible es la implementación de dicho gimnasio en el centro histórico de Quito.

Entendiéndose que un estudio de factibilidad “Es una herramienta que se utiliza, para orientar la decisión de continuar o abandonar un proyecto y se aplica ya en la parte pre-operativa del proyecto”. (Gerencia, 2016)

Por lo cual el autor realizó una encuesta con el objetivo de llegar a determinar el nivel de aceptación del proyecto recopilando información referente a la demanda y necesidades en cuanto al uso del servicio de gimnasio en sector, este estudio estableció que los gimnasios que se encuentran en la parroquia del centro histórico tienen una calificación de buena y muy buena y que solo el 7% lo califican de excelente, por lo que el gimnasio tratará de captar la atención de las personas insatisfechas con la calidad del servicio que no haya mencionado como excelente.

Además se determinó en el estudio de mercado que existe una demanda insatisfecha en el lugar donde propone realizar el proyecto que es en centro Histórico de Quito , por lo cual indica que el proyecto es viable y rentable, ya que tiene un nicho de mercado muy amplio” (pag 132)

En la investigación de (Noboa Jara & Villavicencio Holguin , 2013) titulado “Estudio de Factibilidad para la creacion de un Gimnasio Infantil en la Ciudad de San Francisco de Milagro” mantenía como problemática que en la ciudad de Milagro existen centros para niños que ofrecen la opción de realizar algún deporte ya sea danza, futfol, ballet, karate etc. Además de centros de estimulación temprana para niños de 0 a 5 años. El problema radica en que ninguno de estos centros brindan una oportunidad diferente y variada para que los niños puedan ejercitarse, ya que existen muchos niños que no tienen afinidad o que aún no han encontrado un deporte que le llame la atención o que por los niveles de competencia que muchas de estas disciplinas implican exigen dedicarle mucho tiempo y esfuerzo por parte de los niños y dinero por parte de sus padres, por lo que muchas veces terminan abandonando estas actividades.

Conjuntamente de que no hay un lugar que ofrezca asesoría nutricional como complemento a la actividad física, las cuales deben ir de la mano para poder combatir y prevenir el sobrepeso y la obesidad.

El sedentarismo, debido a largas horas que los niños pasan frente al televisor, videojuegos, e internet sumado a los malos hábitos alimenticios por la ingesta excesiva de comida chatarra son las principales causas del sobrepeso y obesidad infantil, además la mala elección de programas deportivos para los niños por parte de los padres produce frustración al no sentirse capaces de realizar una tarea específica propia del deporte lo que con lleva a tener una autoestima baja .

Adicional a eso la poca demanda de instituciones deportivas y creativas cultivan hábitos de vida poco activa, ocasionando problemas futuros desarrollo psicofísico de los niños y su integración a la sociedad.

Este proyecto plantea una nueva alternativa para que los niños realicen actividad física, además de enseñarles tanto a niños como padres hábitos de una alimentación sana.

La investigación de (Sanches Rosas , 2014) denominado “Estudio de la Factibilidad para la creación de un Spa con Gimnasio Acuático ubicado en la Ciudad de Quito, Valle Cumbaya”

Para comprobar la factibilidad del proyecto se procedió a realizar la evaluación financiera del mismo, determinándose la inversión inicial y las fuentes de financiamiento para el proyecto que consta de un aporte de \$50,000 por cada socio que son 3 y que representa el 44,96% del total necesario para echar andar el proyecto y el restante 54% se lo financiara con crédito bancario (Banco Bolivariano) con una tasa de interés anual de 11,20% cuya tasa es la que corresponde a la inversión de PYMES según lo regulado por el Banco Central del Ecuador y con un plazo de 5 años, además se determinó que el costo beneficio de la inversión es de 1,94 por lo tanto se puede decir que es una inversión redituable.

Entendiéndose como inversión redituable a aquello que rinde una utilidad o un beneficio de manera periódica (Porto, 2014)

En la investigación de (Cevallos Ortega, 2011) titulado “Plan de Negocio para la creación y Promoción de Olimpo GYM en la cdla la Florida de la Ciudad de Guayaquil” buscaba incursionar en el mercado del cuidado personal a través de un gimnasio en el sector de la Florida ya que es un nicho de mercado insatisfecho y poco explotado. Por esta razón su objetivo general es analizar la

situación actual y la puesta en marcha de OLIMPO GYM en la cdla la Florida además de diseñar un plan de marketing para la creación y promoción del gimnasio.

Según el estudio de mercado, se pudo pronosticar que el nivel de aceptación por parte de los habitantes del sector de la ciudad con respecto al establecimiento de un nuevo gimnasio que ofrezca variedad de ofertas deportivas y atención especializada tendrá buena demanda, ya que los habitantes de este sector tienen predisposición para realizar actividades físicas, gracias a la investigación se pudo conocer que un 77% de sus habitantes desean que se establezca en el sector un gimnasio completo. Además se determinó que clases de rutinas deportivas gozan de la aceptación para de esta manera sean incluida en los dentro de los servicios, así mismo tener la certeza del horario que será más concurrido, el cual es el horario nocturno, para de esta manera poder ampliar los horarios y poder atender a los demandantes.

En la evaluación financiera de Olimpo GYM determina que para que inicie sus actividades necesitará una inversión de \$72,278 dólares, y que los resultados de la evaluación financiera, determino que los flujos netos generados por la empresa en sus primeros 5 años de operación llevados a valor presente obtienen como resultado un VAN positivo demostrando así que su proyecto es viable “ (pag 104)

El proyecto realizado por (Vallejo Jacome , 2016) denominado “Plan de Negocio para la implementación de un Gimnasio en Agua en Quito” este plan de negocio tiene como objetivo primordial el determinar la viabilidad y la rentabilidad de la creación e implemtación de un gimansio especializado en el fitness acuatico AguaGym, este se encontrar ubicado en la zaona de Cumbaya el cual esta dirigido a personas maduras entre edades de 50 a 70 años.

En el análisis se concluyó que la evolución del deporte en el Ecuador ha creado nuevos nichos de mercado y necesidades insatisfechas, además con el análisis PESTEL se puede decir que el gobierno ecuatoriano promueve y da más apertura a la generación de nuevos negocios que contribuyan al desarrollo del país .

En la investigación realizada por (Holguin Salazar, Juscamaita Sanchez , Navarro Infante , & Rodriguez Quispe, 2015) “Gimnasio Especializado en la mujer, Bellacy Feminine Fitness” se ha concluido que los servicios vinculados a la actividad física hoy por hoy están en auge ya que están siendo impulsados por la tendencia a una mayor inversión en el cuidado de la imagen personal” (pag 86)

En el estudio que realizó (Marin Vilela , 2015) denominado “Proyecto de Empredimiento para la promoción de la práctica de Ejercicio Físico Saludable en el Cantón Quevedo” mantenía como problemática insuficiencias en la gestión de servicios de los gimnasios de la ciudad de Quevedo que limitan su pertinencia social en función de una práctica deportiva saludable.

Además un estudio en el cantón indicó que existen gimnasios que prestan en su mayoría ejercicios rutinarios como bailoterapia y pesas, estos a su vez no cuentan con una nutricionista especializada el cual garantiza o controle de manera personal e individual el tipo de nutrición adecuada, además a través del análisis de los resultados de la valoración financiera, se comprobó que los flujos en sus primeros 5 años de operación trasladados en valor actual, proyectan como resultado un VAN positivo, indicando así que el proyecto es económicamente viable” (pag 93)

La investigación de (Villanueva Roca, 2015) “Plan de Negocio de un Gimnasio en el Municipio de Narquea” tiene como objetivo el análisis del sector de los centros deportivos cuyo análisis concluye que las personas hoy por hoy no solo se cuidan por estética sino porque está demostrado

que el ejercicio físico además de mejorar la calidad de vida genera endorfinas con las cuales mejora el estado de ánimo. Si a esto se le suma una alimentación cuidada, se obtiene la combinación perfecta. La esperanza de vida cada vez es mayor. Este hecho está corelacionado con el auge del fitness, cuyos usuarios buscan mejorar su salud a través del ejercicio físico y una alimentación sana, además destaca que el proyecto tiene una valoración social ya que al construir un gimnasio se va a ofertar puestos de trabajo (pag 150)

El proyecto realizado por (Holguin Merchan, 2017) titulado “Creación de un Gimnasio Ubicado en la Cdla Guangala al Sur de la ciudad de Guayaquil” en su estudio incluyó un artículo del diario El Telegrafo donde determina que en el Ecuador el 41.8% de las personas realizan deporte, el 24,2% la población entre los 18-59 años dedican 150 minutos de actividad física, el 69,2% lo hacen en espacios públicos el 30.9% en instituciones educativas, 7,7% lo realizan en casa (El telegrafo 2015)

Además el autor recomienda desarrollar nuevas tendencias de actividades físicas, pero siempre evaluando si la nueva actividad a tener demanda” (pag 119)

En la investigación de (Quezada Cayambe, 2014) denominado “Estudio de Factibilidad de un proyecto de Inversión en el sector Servicios, para la implementación de un Gimnasio de Fisicoculturismo” determina que el análisis desde el punto de vista microeconómico el sector se presta para este tipo de inversión ya que el 58% de la población está conformado por público joven y el 61,03% estaría en capacidad de adquirir el servicio. Según la inflación mensual en la explotación de instalaciones deportivas se ubica en el 1.74% y el costo de vida en el sector es relativamente bajo, en cuanto al entorno macroeconómico, existen muchos factores a favor, como el crecimiento de la densidad poblacional producto de la migración hacia el área urbana,

estabilidad en el índice de la inflación y la tasa de interés financiera, el incremento del salario mínimo legal, adicional a eso en una encuesta realizada se concluyó que entre los factores del servicio considerados más importantes por parte del público tenemos: el instructor con un 25,11% los horarios de atención 21,87% y la asesoría nutricional con un 17,56% de las opciones planteadas también en cuanto a infraestructura consideran importante la variedad de equipos, además en la evaluación financiera se determinó que la inversión será que el 72,02% será de recursos propios y un 25,98% se obtendrán a través de un préstamo bancario, el análisis costo-beneficio, indica que por cada dólar de costo generado, se obtendrá beneficios de \$ 3,14 reafirmando que el proyecto es factible.

Lo que se concluye de las citas descritas es que un buen plan de negocio permite demostrar la viabilidad del negocio, para conseguir su financiamiento

Además de que se debe realizar un análisis exhaustivo del público objetivo, ya que no se debe asumir que se conoce bien, porque luego suele convertirse en un producto que no satisface las necesidades este puede provocar el fracaso del negocio a emprender.

El entrenamiento en los niños.

Desde la perspectiva tradicional, el entrenamiento de la fuerza ha estado vetado a los niños, por miedo a la interferencia en el desarrollo, y lesiones en sus cuerpos.

Sin embargo a lo largo del tiempo se ha venido demostrando que hacer ejercicio físico estimula el crecimiento, teniendo huesos más fuertes, tienen menos probabilidad de desarrollar sobrepeso, diabetes, colesterol, presión arterial, y tienen una actitud más positiva.

Teniendo en cuenta que se debe recomendar ejercicios que supongan un mínimo riesgo para la integridad y seguridad de los niños, para ello hay que entrenarlos buscando posiciones armónicas para evitar lesiones, para ello se debe trabajar tres elementos claves como son:

La resistencia que se desarrolla en actividades aeróbicas, durante este ejercicio el corazón bombea más deprisa y se respira con más intensidad y lleva oxígeno a todas las células.

Desarrollarla la fuerza, los niños puede realizar actividades como flexiones, lagartijas, abdominales ya que ayudan a tonificar el cuerpo y a fortalecer los músculos.

La flexibilidad, permite que los niños tengan mayor agilidad y se la puede encontrar en actividades como el estiramiento, realizando volteretas laterales, como medias lunas, judo.

2.2 BASES TEÓRICAS

2.2.1 PLAN DE NEGOCIO

Para Enrique Garcia Prado, en su obra Marketing y Plan de Negocio de la Microempresa, define al Plan de negocios como:

“Plan de negocio (también llamado plan de empresa) es el documento en el que el emprendedor expone la información relativa a su idea de construir una empresa, en la que se incluyen tanto los aspectos económicos como los organizativos y los del mercado. En el mismo han de aparecer claramente los objetivos que la empresa aspira alcanzar, así como los medios con los que cuenta para lograr tales objetivos.”(Garcia Prado Enrique, 2015, pag 59)

Según Andía Valencia Walter, & Paucara Pinto Elizabeth en su artículo Los planes de negocios y los proyectos de Inversión un Plan de Negocios “Es un escrito de manera sencilla y precisa , el

cual es el resultado de una planificación. Este documento muestra los objetivos que se quieren obtener y las actividades que se desarrollaran para lograr dichos objetivos” (Valencia W.,Pinto E., 2013, pag 83)

Según Antonio Vargas Belmonte, en su obra Marketing y Plan de Negocio, define al plan de Negocio como:

“ El plan de negocio es un documento en el que se recoge la idea de un negocio de una persona, pretendiendo justificar la creación de una empresa y analizando la viabilidad de la operación.

En el plan de negocio se desarrollan estrategias y se gestionan recursos para el logro de los objetivos planteados” (Vargas Belmonte , 2014)

Para Karen Weinberger Villarán, en su obra ,Plan de Negocio,Herramienta para evaluar la viabilidad de un negocio, indica que :

” El plan de negocio es un documento,escrito de manera clara, Precisa y sencilla, que es el resultado de un proceso de planeación. Este plan de negocio sirve para guiar un negocio, porque muestra desde los objetivos que se quieren lograr hasta las actividades cotidianas que se desarrollarán para alcanzarlos” (Weinberger Villarán Karen, 2009, pag 33)

De acuerdo a Alfredo Luna Gonzalez en su obra Plan Estrategico de Negocios, define al Plan de Negocio como:

“Es un documento que muestra de manera convincente que su negocio puede vender lo suficiente de un producto o servicio, como para ser lo bastantes rentables y atractivo para posibles inversionistas” (Luna Gonzalez Alfredo,2016, pag 41)

Según Mogens Thomsen en su obra El plan de Negocio Dinamico, indica que:

“Un plan de negocio es una descripción del negocio que usted quiera iniciar. También es una planificación de cómo piensa operarlo y desarrollarlo. Después de elaborar un plan de negocios, usted tendrá un buen conocimiento del mundo de negocio. El mundo en el que aguarda su futuro” (Thomsen Mogens, 2009,Pag 7)

Para Sergio Díaz G, Carlos Andrés de Hart & Clemetina Giraldo Z, Definen que :

“El plan de negocio es como una prueba de laboratorio que permite identificar qué pasaría si se creara una empresa sin asumir el riesgo de hacerlo. En otras palabra sirve para simular el futuro de la empresa y tomar decisiones”. (Díaz Granados, De Hart, & Giraldo Zapata, 2013,pag 5)

Para Karen Weinberguen en su obra Plan de Negocios herramienta para evaluar la viabilidad, Definen que :

“El plan de negocio es una herramieenta de diseño, y parte de uan idea a la cual se le va dando forma y estructura para su puesta en marcha. En ella se debe detallar tanto la descripción de la idea en si misma, como los objetivos a alcanzar, las estrategias a ser aplicada y los planes de acción respectivos para lograr las metas propuesta. (Karen Weinberger , 2013,pag 42)

La autora define que hay dos estructuras de plan de negocio, uno para empresas puesta ya en marcha y otra para nuevas empresa, el presente proyecto se guiara con esta estructura de plan de negocio ya que es un emprendimiento nuevo.

Tabla 4 Estructura de plan de negocio

PLAN DE NEGOCIOS PARA EMPRESA EN MARCHA (GERENTE)	PLAN DE NEGOCIOS PARA UNA NUEVA EMPRESA (INVERSIONISTA O GERENTE)
Resumen ejecutivo	Resumen ejecutivo
Descripción de la empresa: <ul style="list-style-type: none"> • Historia de la empresa • Análisis de la industria • Productos y servicios ofrecidos • Estados financieros • Equipo gerencial 	Formulación de idea de negocio Análisis de la oportunidad Presentación del modelo de negocio
	Análisis del entorno
Descripción de la competencia, de la posición competitiva y del mercado objetivo.	Análisis de la industria, del mercado y estimación de demanda
Planeamiento estratégico <ul style="list-style-type: none"> • Análisis FODA • Estrategias de crecimiento y expansión • Alianzas estratégicas 	Planeamiento estratégico <ul style="list-style-type: none"> • Análisis FODA • Visión • Misión • Objetivos estratégicos • Estrategia genérica • Fuentes de ventajas competitivas • Alianzas estratégicas
Estrategias de marketing y ventas	Plan de marketing
Análisis de la infraestructura	Plan de operaciones
Rediseño de estructura y cambios en la gestión de la empresa	Diseño de la estructura y plan de recursos humanos
Modelo financiero	Proyección de los estados financieros
Evaluación financiera	Evaluación financiera
Conclusiones y recomendaciones	Conclusiones y recomendaciones
Anexos	Anexos

Fuente (Karen Weinberguen, 2012)

2.2.2 ESTRATEGIA DE NEGOCIO.

Para Arthur A. Thompon, John E. Gamble, Margaret A. Peteraf & A.J Strickland en su obra Administracion Estrategica indica:

“La estrategia de una compañía es un plan de acción que sigue la adminitración para competir con éxito y obtener utilidades, a partir de un arsenal integrado de opciones” (Thompson, Peteraf, Gamble, & Strickland, 2012, Pag 4)

Según Alfredo Luna Gonzalez, en su obra Administración Estratégica define:

”La estrategia es la capacidad y habilidad para dirigir un asunto hasta conseguir los objetivos propuestos, en el proceso estratégico.

La estrategia debe basarse en la descripción de la empresa, la visión, su misión, objetivos y valores, para después realizar un análisis interno y externo, además de implementar y desarrollar estrategias aplicando un presupuesto y liderazgo estratégico que integren una cultura empresarial de mejora continua” (Luna Gonzalez, 2014, pag 29)

Según Wallace Stettinius- D. Robley Wood, define Estrategia.

“La palabra estrategia procede del término griego *strategos*, que significa General y se deriva de unas raíces que significan ejército y liderazgo. De hecho, el general es el líder del ejército. Tanto en el ámbito militar como empresarial, la competencia lleva a las organizaciones a buscar la manera de superar a los competidores mediante el uso efectivo de sus recursos”

2.2.3 PLAN ESTRATEGICO

Según Sainz de Vicuña en su obra Plan Estratégico indica :

“Plan Estratégico como un plan maestro en el que la alta dirección recoge las decisiones estratégicas corporativas que ha adoptado “hoy” en referencia a lo que hará en los próximos tres años” (Vicuña 2012)

2.2.4 PLAN COMERCIAL

Según Eva Báez en su obra Plan Comercial indica que:

“Plan comercial es la parte del plan de negocio de una empresa , y en ella se concreta los objetivos de ventas y se especifica de que forma se conseguira cuantificar en un presupuesto, se deben considerar los siguientes aspectos principales:

- Gestion de Ventas.- define la funcion de ventas y sus características, la fuerza de ventas, las estartegiasde atencion al cliente y el presupuesto de venta.
- Promocion de Ventas.- Se refiere a la integracion de la fuerza de ventas con el marketing; incluye la publicidad, tecnicas de promoción
- Gestion de Clientes.- Se refiere a conocer que es lo que buscan los clientes, indicar su nivel de sastifacioncon respecto al producto o servicio”. (Báez Suárez, 2013, pag 4,5)

2.2.5 PLAN OPERATIVO

Según Maria Rosa Ortiz en su obra Plan Operativo indica:

“Plan Operativo es un Instrumento de gestión muy útil para cumplir los objetivos y desarrollar la organización. Permite indicar las acciones que se realizarán, establecer plazos para su ejecución, definir el presupuesto” (Ortiz Argomedeo, 2012 pag 5,6)

2.2.6 PLAN ORGANIZACIONAL

Según Stephen Robbins & Mary Coulter en su obra Administración indica:

“Plan organizacional o tambien llamado estructura organizacional es la distribucion formal de los puesto de una organización” (Robbins & Coulter, 2013)

2.2.7 PLAN FINANCIERO

Para Arturo Morales & José Antonio Morales en su obra Planeacion Financiera indican

“ El Plan Financiero establece la manera de cómo se lograrán las metas, además representa la base de toda actividad económica de la empresa y tiene como proposito mejorar la rentabilidad, establecer la cantidad adecuada de efectivo, así como las fuentes de financiamiento, fijar el nivel de ventas, ajustar los gastos que correspondan a nivel de operación” (Morales Castro & Morales Castro, 2014, Pag 17)

2.2.8 ANALISIS PEST

Segun Pascual Parada define que:

“El Analisis Pest es una tecnica de analisis estartegico para definir el contexto de una compañía a traves del analisis de una serie de factores externos como Politico-Legal,Economicos,Socio Cultural,Tecnologico” (Parada, 2013)

Según Paolo Salvai & Aude Guimont en su Obra Una Organización de Empleadores Eficaz indica:

“El análisis Pest Examina el entorno en que la organización va a desarrollar su estrategia. Este análisis aporta un panorama de los distintos Factores del entorno Político, Económico, Social y Tecológico que la organización tiene que considerar”.

“Se trata de una herramienta útil para entender el crecimiento o el declive de un mercado, la posición competitiva dela organización, su potencial y la orientación de sus operaciones” (Salvai Paolo & Guimont Aude, 2012,pag 18,)

- Los Factores Políticos hacen referencia a cómo y hasta qué punto un gobierno interviene en la economía. Específicamente, los factores políticos

incluyen áreas como política fiscal, la legislación laboral, la legislación medioambiental, las restricciones comerciales y la estabilidad política.

- Los Factores Económicos incluyen el crecimiento económico, los tipos de interés, los tipos de cambios y la tasa de inflación. Estos puede influir en gran medida a la demanda de servicios.
- Los factores Sociales incluyen elementos como la cultura, la tasa de crecimiento demográfico, la distribución por edades.
- Los factores tecnológicos incluyen los aspectos ecológico y medioambientales, como la actividad de investigación y desarrollo.

Según Javier Diaz, en su artículo define:

“El análisis Pest es una herramienta de la planeación estratégica que nos permite identificar los factores generales del entorno que van a afectar un negocio o empresa”(Diaz Javier, 2013)

Para (McDonald & Woodburn, 2014) “El análisis Pest favorece a la toma de decisiones al ayudar a conocer mediante cuatro elementos, la factibilidad de una oferta u operaciones de la entidad en un determinado entorno”

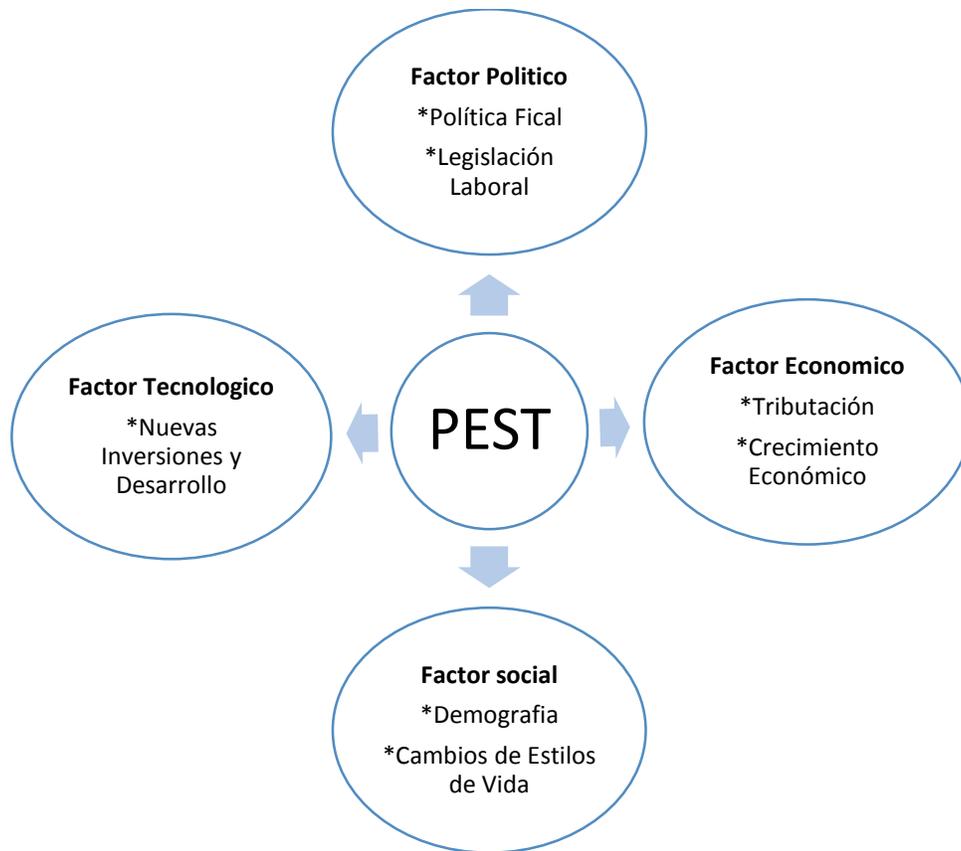


Figura 2 Esquema Análisis Pest
Elaborado: Autoría Propia

Según (Arthur Thompson, Margaret Peteraf, John Gamble & Lonnie Stickland) aunque los autores no definen que es análisis Pest, en su obra Administración estratégica indican:

“Toda las empresa operan en un ambiente mayor que rebasa con mucho la industria en que opera; este macroambiente incluyen siete componentes principales: características demográficas; valores y estilos de vida de la sociedad; factores legales, políticos y regulatorios; factores ecológicos y medioambientales; factores tecnológicos; condiciones económicas generales, y fuerzas globales. Cada

componente tiene potencial para afectar al ambiente competitivo en el que opera la empresa” (Thompson, Peteraf, Gamble, & Strickland, 2012, Pag 50)

Componentes del Macroambiente de una compañía

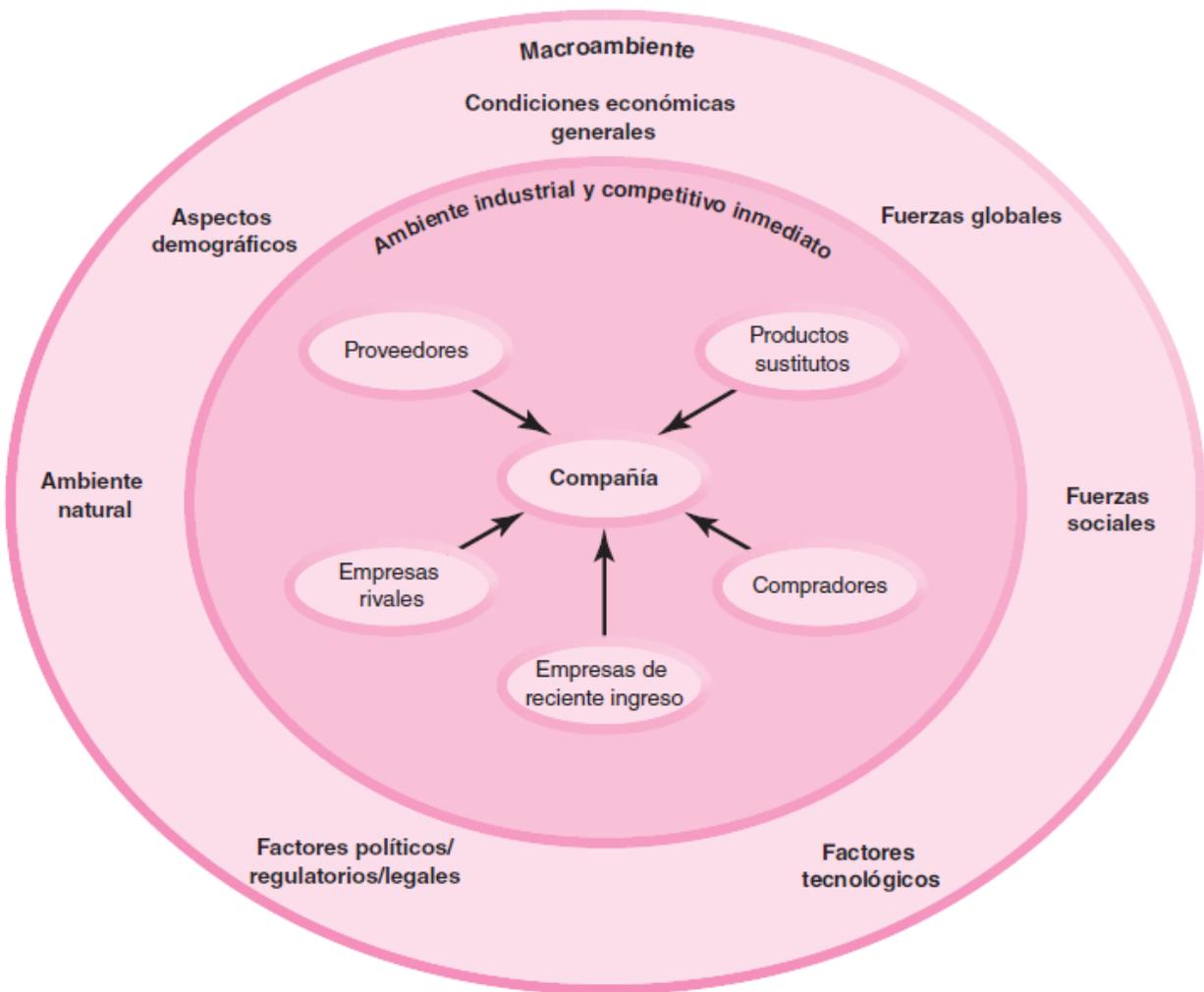


Figura 3 Componentes Macroeconómico
Fuente (Thompson, Peteraf, Gamble, & Strickland, 2012)

2.2.9 ANÁLISIS FODA

“Es una Herramienta o tecnica de planificación Estrategica utilizada por empresas y emprendedores, que busca literalmente identificar las fortalezas, oportunidades, y amenazas del negocio. Es el elemento fundamental para establecer la base de un buen plan de marketing estrategico”. (Parada, 2012)

Según Arthur Thompson, Margaret Peteraf, John Gamble & Lonnie Stickland en su obra Administracion Estrategica indica:

“Un elemento esencial para evaluar la situación general de una empresa examinar sus recursos y capacidades competitiva en término del grado al que le permiten aprovechar sus mejores oportunidades comerciales y defenderse de amenazas externas a su bienestar futuro. Es el análisis FODA, llamado así porque trata de las fortalezas y debilidades de los recursos de una empresa, así como sus oportunidades y amenazas externas.

Un análisis FODA excelente ofrece las bases para idear estrategias que optimice los recursos de la empresa”. (Thompson, Peteraf, Gamble, & Strickland, 2012, pag 101)

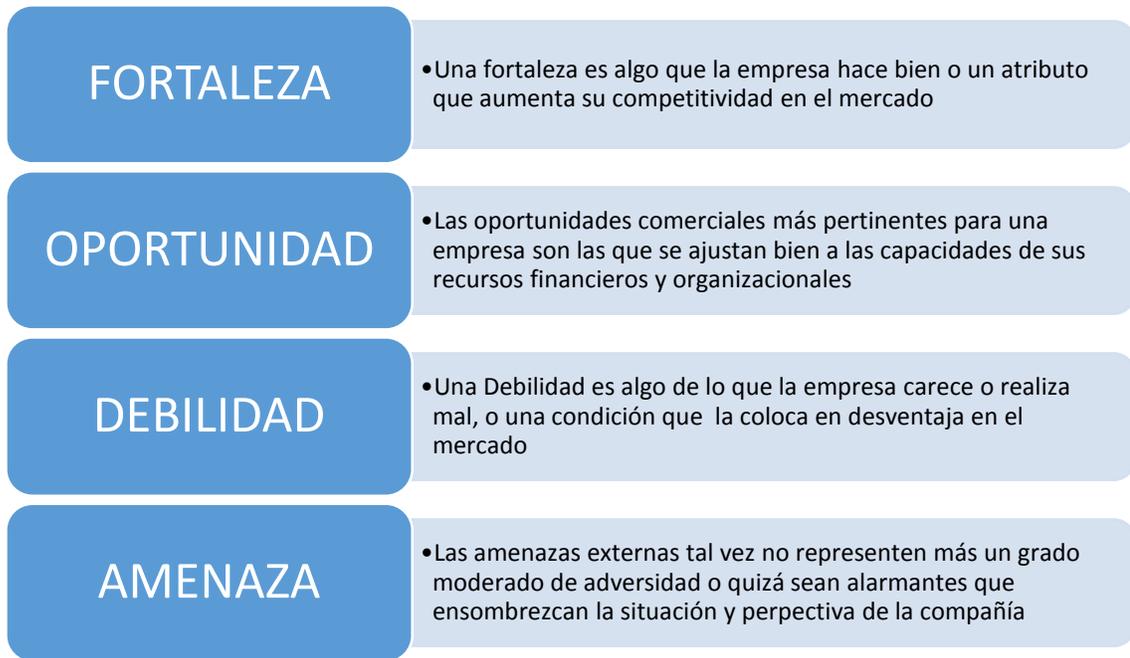


Figura 4 FODA
Elaborado: Autoria propia

2.3.0 FUERZA DE PORTER

Según (Arthur Thompson, Margaret Peteraf, John Gamble & Lonnie Stickland, 2012) en su obra Administración Estratégica indican.

“El carácter y la fortaleza de las fuerzas competitivas nunca son las mismas en cada industria. el modelo de las cinco fuerzas es la herramienta más poderosa y de mayor uso para diagnosticar de manera sistemática las principales presiones competitivas en un mercado y evaluar la fortaleza e importancia de cada una “(Thompson, Peteraf, Gamble, & Strickland, 2012, Pag 54)

Modelo de competencia de cinco Fuerzas.

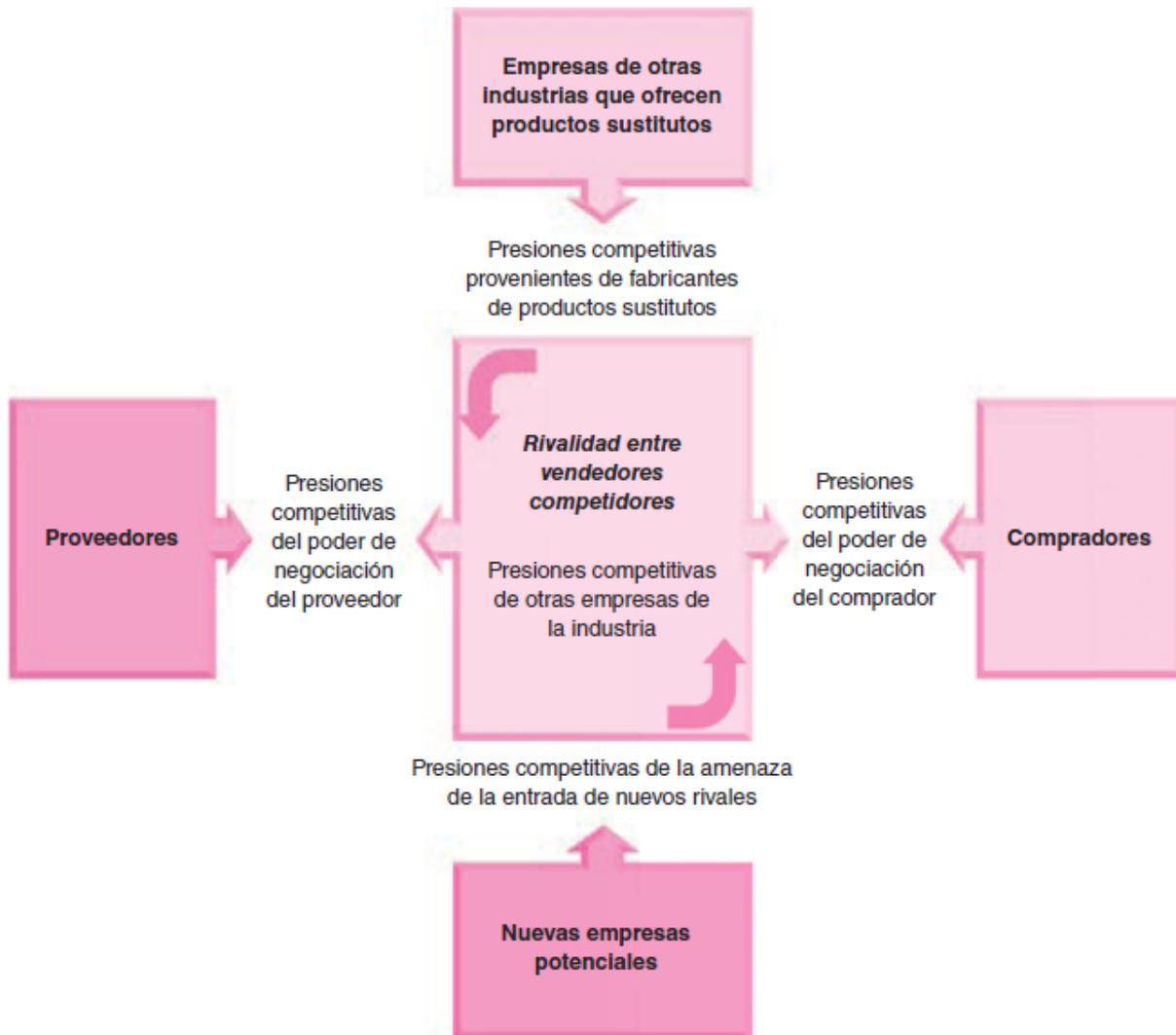


Figura 5 Modelo Porter

Fuente (Thompson, Peteraf, Gamble, & Strickland, 2012)

Para (Pascual Parada) en su artículo una Herramienta para Evaluar el Entorno indica.

“Las cinco fuerzas de Porter es una herramienta o técnica que nos ayudará a comprender que determina la rentabilidad y el nivel de competencia de cualquier industria de una forma global
“(Parada, 2013)

2.3.1 ANÁLISIS DE LAS 5 FUERZAS DE PORTER

Amenaza de los nuevos competidores

“Las empresas de nuevo ingreso aun mercado traen consigo una nueva capacidad de producción, el deseo de establecer para sí un lugar seguro en el mercado y, algunas veces recursos sustanciales. La gravedad exacta de la amenaza de ingreso en un mercado particular depende de dos clases de factores: las barreras de ingresos y la reacción esperada de las empresas.

La amenaza de ingreso es mayor cuando las barreras para entrar son bajas, cuando las empresas ya presentes no pueden o no están dispuestas a luchar vigorosamente contra el ingreso de un recién llegado y cuando hay un grupo significativo de candidatos a ingresar con recursos y capacidades muy convenientes para competir con la industria” (Thompson, Peteraf, Gamble, & Strickland, 2012 ,pag 61)

Poder de Negociación de los proveedores

Los proveedores de los miembros de la industria representan una fuerza competitiva fuerte o débil dependiendo de si tienen el poder de negociación suficiente para influir en los términos y condiciones de la oferta en su favor. (Thompson, Peteraf, Gamble, & Strickland, 2012, pag 64)

Poder de negociación de los Compradores

“Los compradores ejercen fuertes .presiones competitiva sobre los miembros de la industria según

- El grado en que los compradores tienen poder de negociación
- La medida en que los compradores son sensibles al precio

Los compradores con fuertes poder de negociación pueden limitar la rentabilidad de la industria al demandar concesiones de precios, mejores términos de pago o características o servicios adicionales que eleven el precio para los miembros de la industria. La sensibilidad al precio por parte de los compradores limita al potencial de utilidades de los miembros de la industria al restringir la capacidad de los vendedores de elevar los precios sin perder ingresos” (Thompson, Peteraf, Gamble, & Strickland, 2012, Pag 67)

Amenaza de Producto Sustituto.

“Las empresas de una industria resienten una presión competitiva por las acciones de las compañías de una industria relacionada cuando los compradores consideran los productos de ambas industrias buenos sustitutos, la presencia de sustitutos disponibles crean una presión competitiva, la disponibilidad de los sustitutos invita inevitablemente a los clientes a comparar desempeño, características.

Los costos bajos facilitan que los vendedores de sustitutos atraigan a los compradores a sus ofertas” (Thompson, Peteraf, Gamble, & Strickland, 2012, Pag 63)

Rivalidad entre los competidores existentes

“La intensidad de la rivalidad varía de industria a industria, y depende de varios factores identificables, como la disminución de precios, ventas de liquidaciones, remates, publicidad de características del producto o servicio, anuncios para mejorar la imagen o reputación de la compañía, mejora de garantías, ofertas de financiamiento a intereses bajo” (Thompson, Peteraf, Gamble, & Strickland, 2012, Pag 56)

2.3.2 MARCO CONCEPTUAL

Gimnasio.- Es un recinto cerrado, público o privado, independiente que permite a los usuarios practicar ejercicio físico.



Figura 6 Gimnasio

Fuente: <https://www.google.com/search?q=gimnasio&source>

Aeróbicos.- Son ejercicios que consisten en hacer actividades de intensidad baja o media y de larga duración por lo que su objetivo es fundamentalmente trabajar y desarrollar resistencia.



Figura 7 Aeróbicos
Fuente: <https://www.google.com/search?q=gimnasio&source>

Anaeróbicos.- Son ejercicios explosivos y de gran intensidad, los ejercicios anaeróbicos tienen como principal objetivo trabajar y desarrollar la fuerza de nuestro cuerpo.



Figura 8 Anaeróbicos
Fuente: <https://www.google.com/search?q=gimnasio&source>

Pilates.- Es un sistema de entrenamiento físico y mental tales como la gimnasia, traumatología, ballet, yoga con el trabajo mental, la respiración y la relajación.



Figura 9 Pilates

Fuente: <https://www.google.com/search?q=gimnasio&source>

Emprendimiento: Es el desarrollo de una idea de negocio, que tiene como fin generar ganancias.

Estrategias: Es crear un elementos distintivo de los demás competidores

Proyecto de inversión.- Es un plan al que se le asigna capital e insumos materiales, humano y técnico producirá un bien o servicio

Valor Actual Neto (VAN).- Es un indicador financiero que sirve para determinar la viabilidad de un proyecto.

Microempresa.- Es una empresa de tamaño pequeño, cuenta con un máximo de 10 empleados y no debe sobrepasar los activos más de 500 salarios mínimo mensuales

Administración.-Es el estudio de la organización y las técnicas encargadas de la planificación, organización, integración, dirección y control de los recursos de una organización

Capital de trabajo.- Se define como capital de trabajo a la capacidad de una compañía o en este caso de un emprendimiento, para llevar a cabo sus actividades con normalidad en el corto plazo.

Nichos de mercado.- Es una porción o segmentación de un mercado mayor que cuenta con consumidores que poseen características similares y que no tienen satisfechas sus demandas y necesidades con la oferta de las empresa de este mercado mayor.

Flujo de Caja.- Es un informe financiero que presenta un detalle del flujo de ingresos y egreso de dinero que tiene una empresa en un periodo dado.

2.4 MARCO LEGAL

La empresa se la va a constituir como una compañía anónima no tiene límite de socio y va a tener un capital abierto.

2.4.1 Proceso para la constitución de la compañía.

- ✓ Reservar un nombre (Superintendencia de compañía)
- ✓ Elaborar los estatutos (Abogado)
- ✓ Abrir una cuenta de Integración (Banco)
- ✓ Elevar la escritura pública al estatuto social (Notario)
- ✓ Aprobación del estatutos (Superintendencia de compañía)
- ✓ Publicar la resolución aprobatoria (Diario Nacional)
- ✓ Obtención de permisos (Municipio)
- ✓ Inscribir la compañía (Registro mercantil)
- ✓ Realizar junta General de accionistas
- ✓ Obtención de los documentos habilitantes (Superintendencia de compañía)

- ✓ Inscribir el nombramiento del representante (Registro mercantil)
- ✓ Obtención del Ruc (SRI)
- ✓ Obtención de carta para el banco (Superintendencia de compañía).

2.4.1.1 Requisitos para la obtención del RUC.

- Formulario 01-A debidamente lleno y firmado por el representante legal.
- Nombramiento del representante legal inscrito en el registro mercantil. Este requisito será obtenido directamente por la administración tributaria a través de la página web institucional de la superintendencia de compañía, valores y seguros. Únicamente en los casos en lo que no se encuentre actualizada la información en dicho medio, el contribuyente deberá presentar una copia simple del nombramiento inscrito en el registro mercantil (SRI, <http://www.sri.gob.ec/web/guest/requisitos-sociedades>, 2017)

2.4.1.2 Requisitos para la obtención de la Patente.

- Certificado provisional o definitivo emitido por el benemérito cuerpo de Bombero
- Última actualización del Registro Único de Contribuyente (RUC). Este requisito no será necesario en el caso de inicio de actividades por parte de la persona natural o jurídica solicitante. Solo en caso de inicio de actividades, las personas jurídicas deberán presentar la escritura de constitución correspondiente, así como el nombramiento del representante legal (vigente) y la cedula de ciudadanía y certificado de votación del mismo
- Declaración del impuesto a la Renta, declaración del Impuesto al Valor Agregado (IVA) del último ejercicio económico exigible. Este requisito no será necesario en caso de inicio de actividades por parte de la persona natural o jurídica.

- Formulario “Solicitud para el registro de Patente Municipal” (No es necesario comprar la tasa de tramite municipal para el pago de patente, ya que este valor se recaudara con la liquidación de impuesto)
- Solo en caso de que la persona natural o jurídica ejerza el comercio en varios cantones, deberá presentar el desglose de ingresos por cantón firmado por su contador.
- Si la persona que realiza el tramite no es el titular deberá presentar su fotocopia de cedula de ciudadanía y certificado de votación junto con una carta de autorización del titular del negocio(<http://www.guayaquil.gob.ec/c%C3%B3mo-obtengo-una-solicitud-para-registro-de-patente>, 2012)

2.4.2 Obligación de llevar contabilidad.

ART. 19.- *Obligación de llevar contabilidad.*- Están obligadas a llevar contabilidad y declarar el impuesto en base a los resultados que arroje la misma todas las sociedades. También lo estarán las personas naturales y sucesiones indivisas que al primero de enero operen con un capital o cuyo ingresos brutos o gastos anuales del ejercicio inmediato anterior, sean superiores a los límites que en cada caso se establezcan en el reglamento, incluyen las personas naturales que desarrollen actividades agrícolas, pecuarias, forestales, o similares.

Las personas naturales que realicen actividades empresariales y que operen con un capital u obtengan ingresos inferiores a lo previsto en el inciso anterior, así como los profesionales, comisionista, artesanos, agentes, representantes y demás trabajadores autónomos deberán llevar una cuenta de ingreso y egresos para determinar la renta imponible. (SRI, 2015)

(Artículo sustituido por ART 123 decreto legislativo n° 000, publicado en el registro oficial suplemento 242 de 29 diciembre del 2007)

2.4.3 Declaración y Pago del IVA

ART 67.- Declaración de impuesto.- los sujetos Pasivos IVA declaran el impuesto de las operaciones que realicen mensualmente dentro del mes siguiente de realizadas, salvo aquellas por las que hayan concedido plazo de un mes o más para el pago en cuyo caso podrán presentar en el mes subsiguiente de realizadas, en la forma y el plazo que se establezcan en este reglamento.

Los sujetos pasivos que exclusivamente transfieran bienes o presten servicios gravados con tarifa cero o no gravados, así como aquellos que estén sujetos a la retención total del IVA caudado, presentaran una declaración semestral de dicha transferencia, a menos que sea agente de retención de IVA. (SRI, 2015)

(Artículo sustituido por ART 123 decreto legislativo n° 000, publicado en el registro oficial suplemento 242 de 29 diciembre del 2007)

ART 68.- Liquidación de Impuesto.- Los sujetos pasivos del IVA obligados a presentar declaración efectuara la correspondiente liquidación de impuesto sobre el valor total de las operaciones gravadas. Del impuesto liquidado se deducirá el valor del crédito tributario de que trata el artículo 66 de esta ley

ART 69.- Pago de Impuesto.- la diferencia resultante, luego de la deducción indicada en el artículo anterior, constituye el valor que debe ser pagado en los primeros plazos previstos para la presentación de la declaración.

Se la declaración arroja saldo a favor del sujeto pasivo, dicho saldo será considerado crédito tributario, que se hará efectivo en la declaración del mes siguiente.

Los valores así obtenidos se afectaran con las retenciones practicadas al sujeto pasivo y el crédito tributario del mes anterior si hubiere.

Cuando por cualquier circunstancia evidente se presuma que el crédito tributario resultante no podrá ser compensado con el IVA causado dentro de seis meses inmediatos siguientes, el sujeto pasivo podrá solicitar al director regional o provincial del servicios de rentas internas la devolución o compensación de los saldos del IVA a favor del contribuyente no constituyen pagos indebidos y consiguientemente, no causaran intereses. (SRI, 2015)

(Artículo sustituido por ART 123 decreto legislativo n° 000, publicado en el registro oficial suplemento 242 de 29 diciembre del 2007).

2.4.4 Exoneración de Impuesto a la Renta para nuevas microempresa

ART 9.6.- Exoneración del pago del impuesto a la renta para nuevas microempresas.- las nuevas microempresas que inicien sus actividades económica a partir de la vigencia de la ley orgánica para la reactivación de la economía, fortaleciendo la dolarización y modernización de la gestión financiera , gozara de la exoneración del impuesto a la renta durante tres años contando desde el primer ejercicio fiscal en el que generen ingresos operacionales, siempre que generen empleo neto e incorporen valor agregado nacional en sus procesos productivos, de conformidad con los límites y condiciones que para efecto establezca el reglamento de esta ley (www.sri.gob.ec, 2017).

En aquellos casos en los que el mismo sujeto pasivo pueda acceder a más de una exención, por su condición de microempresa y de organización de la economía popular y solidaria se acogerá a aquella que le resulte más favorable (www.sri.gob.ec, 2017)

2.4.5 Ley Organica de la Economia Popular y Solidaria

Art 124.-Integracion Económica.- la integracion económica se constituirá con el objeto de complementar las operaciones y actividades de sus afiliadas mediante gestión de negocios en conjunto; producir, adquirir, arrendar, administrar o comercializar bienes o servicios en comun; estructurar cadenas y/o circuitos de producción,agregación de valor o comercialización;y, desarrollar sus mutuas capacidades tecnológicas y competitivas, a través de alianzar estratégicas, consorcios,redes o grupos, de manera temporal o permanente, bajo la forma y condiciones librementes pactadas por sus integrantes.

El estado propenderá a impulsar acciones que propicien el intercambio comercial justo y complementario de bienes y servicios de forma directa entre productores y consumidores (ley organica de economia polular y solidaria y su reglamento, 2012)

2.4.6 Plan Nacional para el Buen Vivir

El Buen Vivir ofrece alternativas para construir una sociedad mas justa. Superar los limites de las visiones convencionales de desarrollo, que reducen el concepto a una nación exclusiva de crecimiento económico. (Senplades, 2013)

El plan nacional del buen vivir tiene varios objetivos entre los mas relavantes para este proyecto son:

Objetivo 8” Consolidar el sistema economico social y solidario, de forma Sostenible”

El sistema economico mundial requiere renovar su concepcion, priorizando la igualdad en las relaciones de poder, tanto entre paises como al interior de ellos. De igual manera, dando prioridad a la redistribución y al ser humano, sobre crecimiento economico y el capital (Senplades, 2009). Esta nueva concepcion permitirá concretar aspectos como la inclusion económica y social de millones de personas, la transformacion del modo de producción de los paises del Sur, el fortalecimiento de las finanzas públicas, la regulación del sistema económico, y la justicia e igualdad en las condiciones laborales (Senplades,2013)

Objetivo 9 “Garantizar el Trabajo Digno en todas sus Formas”

Los principios y orientaciones para el socialismo del buen vivir reconocen que la supremacía del trabajo humano sobre el capital es incuestionable. De esta manera, se establece que el trabajo no puede ser concebido como un factor más de producción, sino como un elemento mismo del buen vivir y como base para el despliegue de los talentos de las personas.

Objetivo 10 “Impulsar la transformacion de la matriz productiva”

La constitución establece la construcción de un “sistema económico justo, democrático y productivo, solidario y sostenible, basado en la distribución igualitaria de los beneficios del desarrollo” (Art 276) en el que los elementos de transformación productiva se orientan a incentivar la producción nacional, la productividad y competitividad sistemática, la acumulación del conocimiento, la inserción estratégica en la economía mundial y la producción complementaria en la integración regional.

Los desafíos actuales deben orientar la conformación de nuevas industrias y la promoción de nuevos sectores con alta productividad, competitivos, sostenibles, sustentables y diversos con visión territorial y de inclusión económica en los encadenamientos que generen. Se debe impulsar la gestión de recursos financieros y no financieros, profundizar la inversión pública como generadora de condiciones para la competitividad sistemática, impulsar la contratación pública y promover la inversión privada. (Secretaría Nacional de planificación y desarrollo-Senplades 2013)

Capítulo III

METODOLOGIA DE LA INVESTIGACIÓN

3.1 TIPO DE INVESTIGACIÓN

El tipo de investigación a utilizar será la descriptiva ya que servirá para identificar el problema que se está viviendo actualmente en la parroquia. El objetivo es llegar a conocer las costumbres y actitudes, obtener datos precisos que puedan usarse en investigación cuantitativa

3.2 ENFOQUE DE LA INVESTIGACIÓN

El enfoque que se utilizara para este proyecto será Mixto, ya que usa la recolección Y análisis de datos para probar hipótesis con base en la mediación numérica y el análisis estadístico.

El propósito será recolectar la mayor cantidad de información a los habitantes de la parroquia pascuales con el fin de conocer sus gustos y preferencias y su principal motivación para decidir acudir al Gimnasio.

3.3 TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN

En este proyecto se utilizaran las siguientes técnicas:

Encuestas: A través de esta técnica obtendremos datos más precisos, en cuanto a conocer los hábitos, predisposición y aceptación de los habitantes del sector de la parroquia pascuales.

Entrevistas: se realizara entrevista a los instructores y propietarios de otros gimnasios para identificar las fuerzas competitiva.

3.4 POBLACIÓN

Según datos del INEC 2010 en el censo de población y vivienda determino que la parroquia urbana de Pascuales del cantón Guayaquil cuenta con una población de 18,730 Familias

3.5 MUESTRA

Para la realización de la muestra tomaremos a las personas de 10 a 65 años de edad que vivan en los alrededores del sector del mercado de Pascuales y que se encuentren en buenas condiciones para realizar actividades físicas ya que estos serán nuestro segmento de mercado.

Al ser una población conocida y menor de 100 mil se considerará la fórmula de la población finita

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

Donde:

N= población de la parroquia = 18,730

Z= Nivel de confianza= 1,96 que representa el 95% del nivel de confianza

P= Probabilidad de Éxito 50% que representa 0.5

q= probabilidad de Fracaso 50% que representa 0.5

e= error de estimación 5% que representa 0.05%

n= 383 Familias

Según datos obtenidos se debería realizar unas 383 encuestas.

3.6 ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS

3.6.1 Recolección y Análisis

Pregunta 1

¿Qué edad tiene?

Tabla 5 ¿Qué edad tiene?

Edad	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Menos de 19 años	81	21%
Entre 20 y 30 años	134	35%
Entre 31 y 45	117	31%
Más de 46	51	13%
Total	383	100%

Elaborado: Autora (2018)

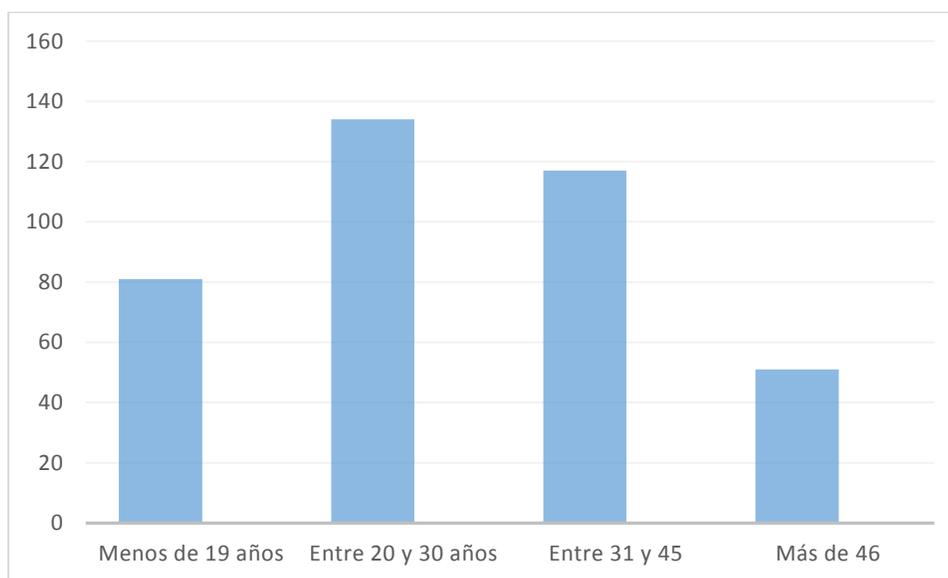


Grafico 1 ¿Qué edad tienes?

Elaborado: Autora (2018)

En esta pregunta el 21% de las familias encuestadas corresponde al rango de menores de 19 años, el 35% al rango 20-30, el 31% al rango de 31-45, así también los que pasaron de los 46 años con el 13%.

Pregunta 2

¿Ha acudido a un Gimnasio a realizar actividades físicas en los últimos seis meses?

Tabla 6 ¿Ha acudido a un Gimnasio a realizar actividades físicas en los últimos seis meses?

Categoría	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
SI	125	33%
NO	259	67%
Total	383	100%

Elaborado: Autora (2018)

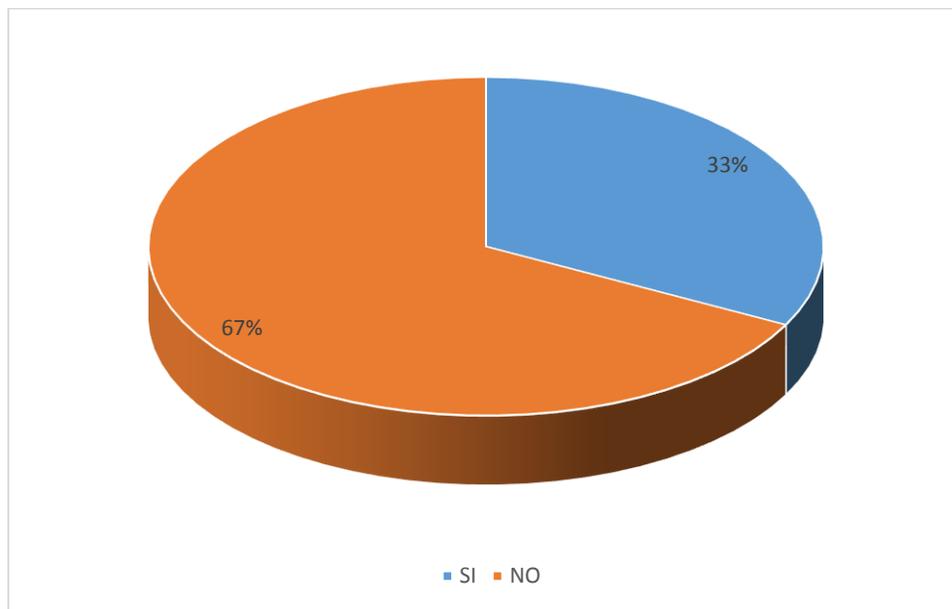


Gráfico 2 ¿Ha acudido a un Gimnasio a realizar actividades físicas en los últimos seis meses?

Elaborado por: Autora (2018)

Se pudo conocer en esta pregunta que el 67% de las familias de la parroquia Pascuales, no asisten a un Gimnasio a realizar actividad física en los últimos seis meses mientras que el 33% si lo hace. Las familias que no acuden a un gimnasio manifestaron que no van por encontrarse lejos de sus hogares.

Pregunta 3

¿Si tuviera que elegir un gimnasio cual sería la razón más importante?

Tabla 7 ¿Si tuviera que elegir un Gimnasio cual sería la razón más importante?

<i>Categoría</i>	<i>Frecuencia absoluta</i>	<i>Frecuencia relativa</i>
<i>Que este de cerca de Casa</i>	150	39%
<i>Que tenga mejores instalaciones</i>	56	15%
<i>Costo</i>	90	23%
<i>Que este cerca del Trabajo</i>	36	9%
<i>Atención Personalizada Horario Amplio</i>	40	10%
<i>Otras</i>	11	3%
<i>Total</i>	383	100%

Elaborado: Autora (2018)

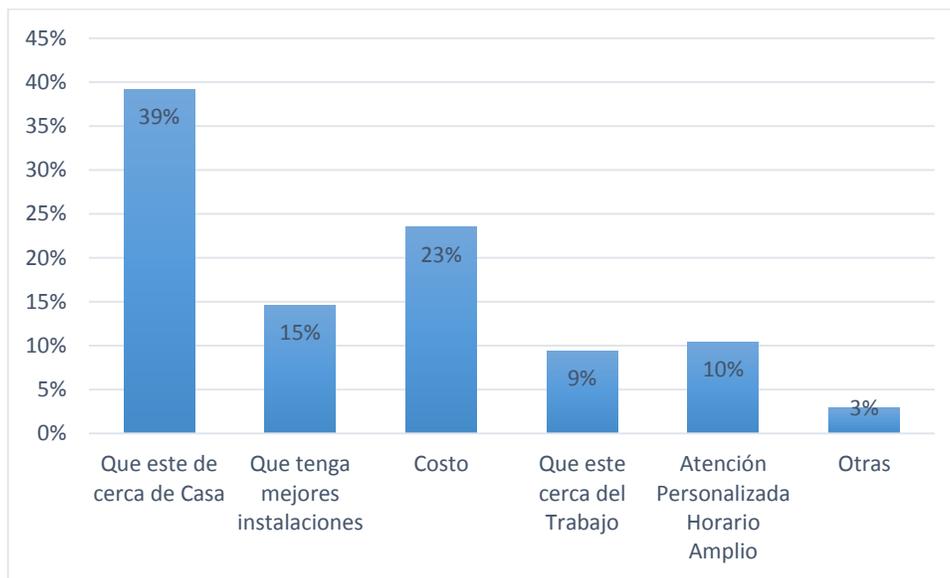


Gráfico 3 ¿Si tuviera que elegir un Gimnasio cual sería la razón más importante?

Elaborado: Autora (2018)

El 39% de las familias respondieron que a la hora de elegir un gimnasio prefieren que sea cerca de casa, mientras que el 15% que tenga buenas instalaciones, el 23% prefieren que tengan costo acorde a su presupuesto, el 9% que este cerca del trabajo, el 10% prefiere atención personalizada, horarios amplios, mientras que un 3% le es indiferente.

Pregunta 4

¿Qué lo motivaría más, para inscribirte en un gimnasio?

Tabla 8 ¿Qué lo motivaría más, para inscribirte en un gimnasio?

<i>Categoría</i>	<i>Frecuencia absoluta</i>	<i>Frecuencia relativa</i>
Salud	160	42%
Aspecto físico	180	47%
Salir del Estrés	20	5%
Relacionarse con otras personas	23	6%
Total	383	100%

Elaborado: Autora (2018)

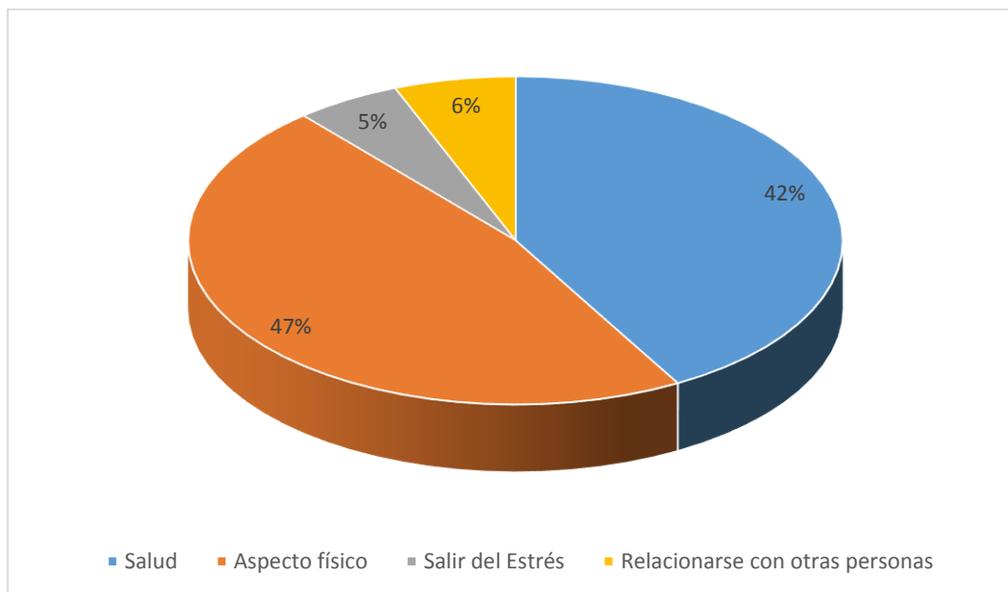


Gráfico 4 ¿Qué lo motivaría más, para inscribirte en un gimnasio?

Elaborado: Autora (2018)

El 42% de las familias encuestadas indicaron que los motivaría ir por salud y el 47% por verse bien físicamente.

Pregunta 5

¿Existe en su sector un gimnasio al que pueda asistir con su familia?

Tabla 9 ¿Existe en su sector un gimnasio al que pueda asistir con su familia?

<i>Categoría</i>	<i>Frecuencia Absoluta</i>	<i>Frecuencia Relativa</i>
<i>Si</i>	0	0%
<i>No</i>	383	100%
<i>Total</i>	383	100%

Elaborado: Autora (2018)

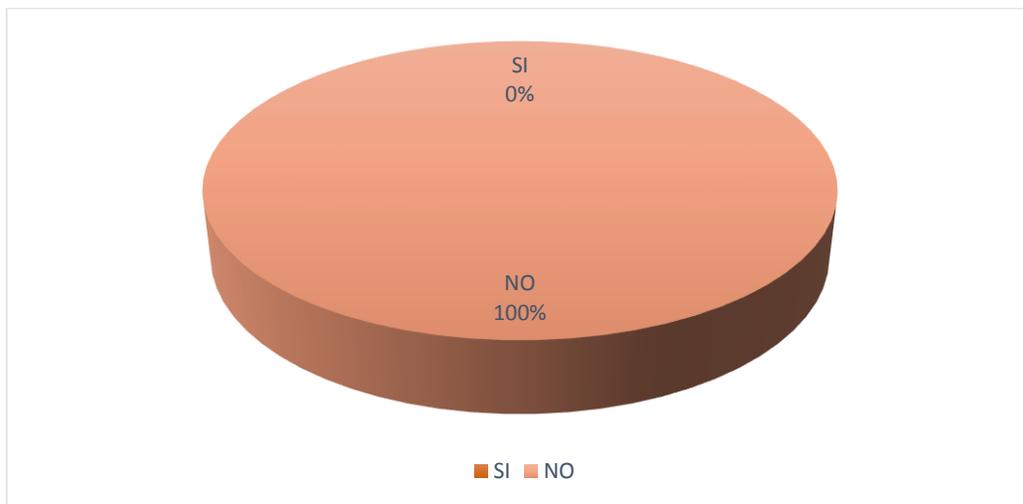


Gráfico 5 ¿Existe en su sector un gimnasio al que pueda asistir con su familia?

Elaborado: Autora (2018)

Según los resultados, el 100% de las familias indicaron que no existe un gimnasio familiar cerca del sector.

Pregunta 6

¿Estaría de acuerdo con que hubiera un gimnasio con entrenadores especializados en este sector?

Tabla 10 ¿Estaría de acuerdo con que hubiera un gimnasio con entrenadores especializados en este Sector?

<i>Categoría</i>	<i>Frecuencia Absoluta</i>	<i>Frecuencia Relativa</i>
Si	289	75%
No	94	25%
Total	383	100%

Elaborado: Autora (2018)

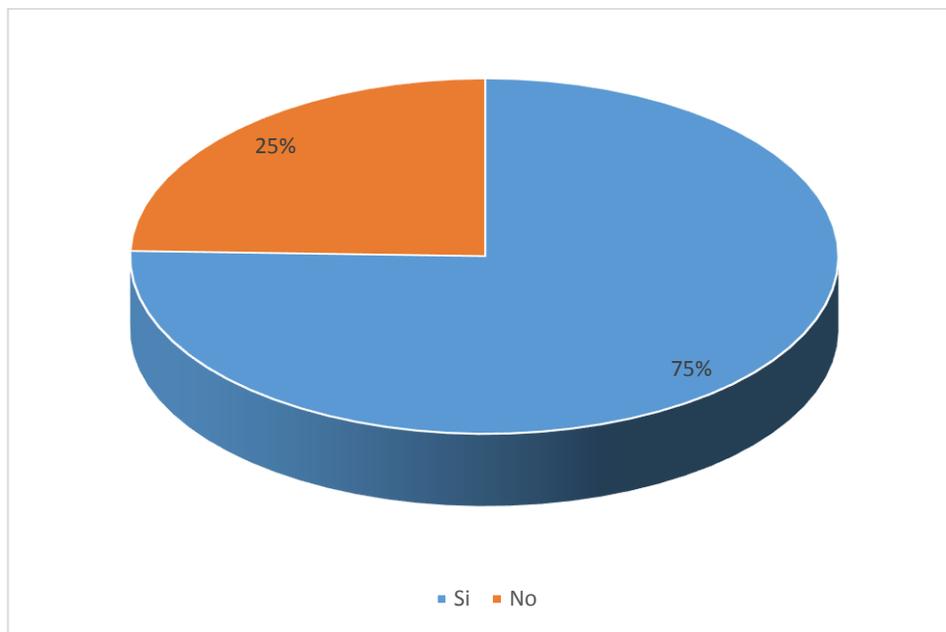


Gráfico 6 ¿Estaría de acuerdo con que hubiera un gimnasio con entrenadores especializados en este Sector?

Elaborado: Autora (2018)

El 75% de las familias encuestadas manifestaron que les gustaría que haya un gimnasio con entrenadores especializados y comprometidos en el sector, mientras que el 25% indicaron que no les gustaría, ya que piensa que un gimnasio con entrenadores especializados sería costoso.

Pregunta 7

¿Estaría de acuerdo que en el gimnasio hubiera actividades físicas para niños?

Tabla 4 ¿Estaría Usted de acuerdo que en el gimnasio hubiera actividades Física para niños?

<i>Categoría</i>	<i>Frecuencia Absoluta</i>	<i>Frecuencia Relativa</i>
<i>Si</i>	304	79%
<i>No</i>	79	21%
<i>Total</i>	383	100%

Elaborado: Autora (2018)

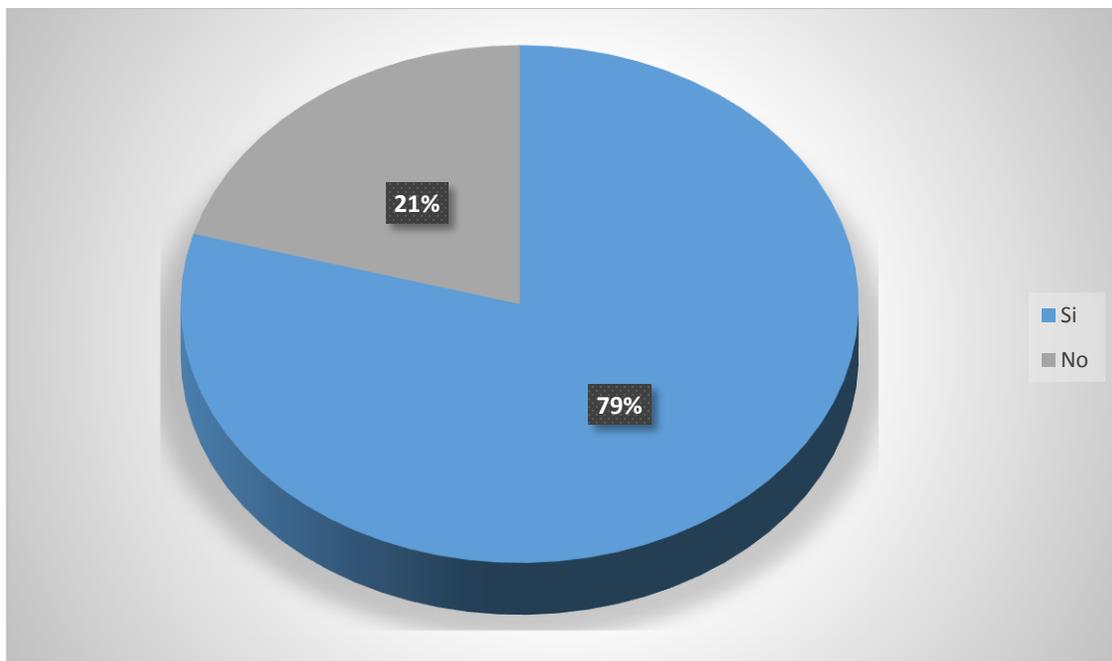


Gráfico 7 ¿Estaría de acuerdo que en el gimnasio hubiera actividades física para niños?

Elaborado: Autora (2018)

Con el objetivo de conocer que opinan las familias sobre brindar actividades para niños el 79% tuvieron una respuesta favorable puesto que respondieron que sería oportuno que un gimnasio ofrezca oportunidades de incluir niños, mientras que el 21% de los encuestas dijo que no les gustaría.

Pregunta 8

¿Estaría de acuerdo que su hijo asista al mismo gimnasio?

Tabla 12 ¿Estaría de acuerdo que su hijo asista al mismo gimnasio?

<i>Categoría</i>	<i>Frecuencia Absoluta</i>	<i>Frecuencia Relativa</i>
Si	304	79%
No	79	21%
Total	383	100%

Elaborado: Autora (2018)

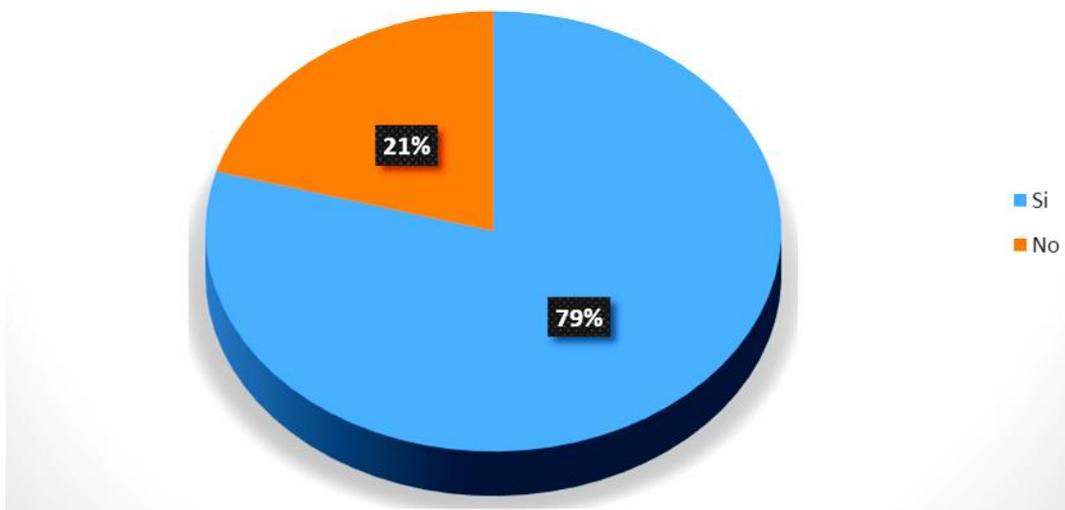


Gráfico 8 ¿Estaría de acuerdo que su hijo asista al mismo gimnasio?

Elaborado: Autora (2018)

El 79% de las familias encuestadas indicaron que si les gustaría asistir con sus hijos a realizar actividad física, mientras que el 21% indicó su negativa debido a que luego tendrían que estar más pendiente de ellos y no pueden disfrutar de su rutina de ejercicios.

Pregunta 9

¿Estaría de acuerdo con que hubiera un gimnasio con excelente servicio e infraestructura en el sector?

Tabla 13 ¿Estaría de acuerdo con que hubiera un gimnasio con excelente servicio e infraestructura en el sector?

<i>Categoría</i>	<i>Frecuencia absoluta</i>	<i>Frecuencia relativa</i>
Si	379	99%
No	13	3%
Total	383	100%

Elaborado: Autora (2018)

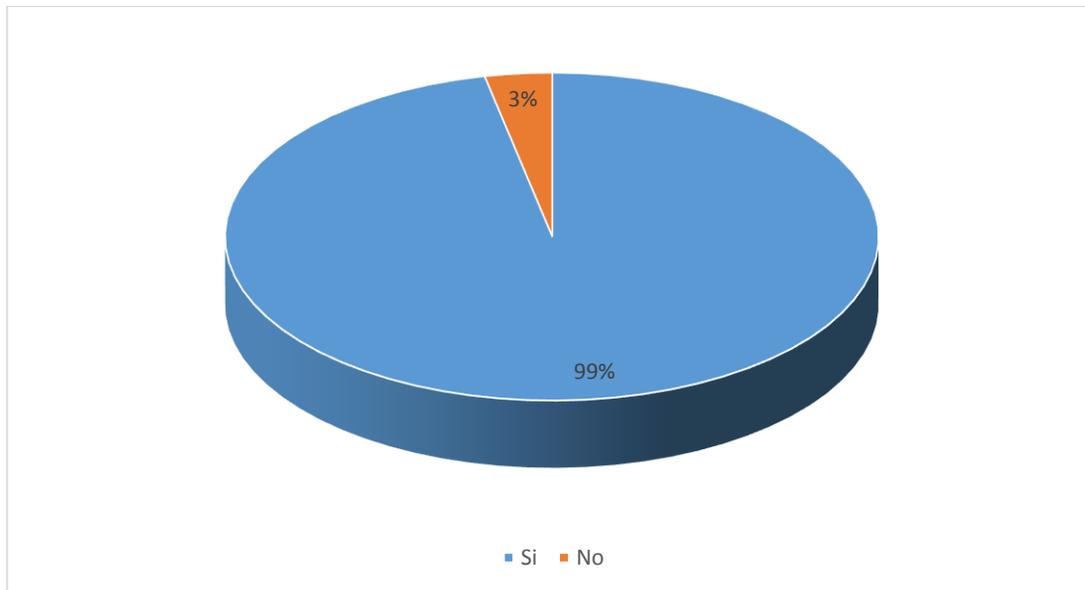


Gráfico 9 ¿Estaría de acuerdo con que hubiera un gimnasio con excelente servicio e infraestructura en el sector?

Elaborado: Autora (2018)

Esta pregunta es importante dado que el 99% de las familias encuestadas muestran un interés por la propuesta de un Gimnasio en el sector, puesto que un 3% les es indiferente.

Pregunta 10

¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por la mensualidad del gimnasio?

Tabla 5 ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por la mensualidad del gimnasio?

<i>Categoría</i>	<i>Frecuencia Absoluta</i>	<i>Frecuencia Relativa</i>
\$35 A \$55	279	73%
\$56 A \$65	67	17%
\$66 A \$80	22	6%
\$81 A 100	15	4%
Total	383	100%

Elaborado: Autora (2018)

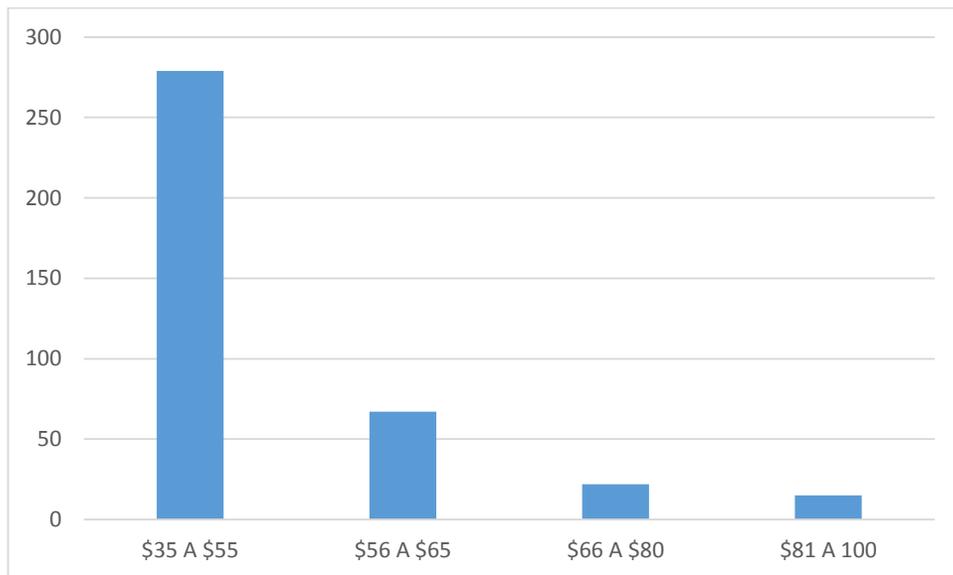


Gráfico 10 ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por la mensualidad del gimnasio?

Elaborado: Autora (2018)

De acuerdo al nivel socioeconómico del sector de la parroquia el 73% de las familias encuestadas estarían dispuestas a pagar entre \$35 y \$55 dólares, mientras que el 17% \$56 a \$65 dólares, el 6% y 4% de las familias indicaron que dependiendo de los servicios que preste el gimnasio estarían dispuestas a pagar de \$66 hasta \$100.

Análisis General de Datos

Según el estudio de mercado, se puede observar el nivel de aceptación que tendrían las familias de la parroquia Pascuales con la implementación del gimnasio, puesto que las familias tienen la predisposición para realizar actividad física y acudir al gimnasio, gracias a las encuestas realizadas se pudo conocer que el 67% de las familias encuestadas no han realizado actividad física en los últimos seis meses esto se debe por no contar con un lugar cerca de su hogar, como lo podemos notar en la pregunta 3, que indica que el 39% de las familias así lo prefieren. Adicional a eso a las familias encuestadas les gustaría que haya actividad física para niños, ya que esto les permitirá acudir con su familia al gimnasio (Pregunta 8). Siendo esto positivo para el crecimiento y éxito del negocio, ya que significa que se podría captar un mayor número de clientes y por lo tanto se obtendría mayores ingresos. Además estaríamos cubriendo una necesidad no satisfecha para los habitantes del sector de la parroquia Pascuales

Capítulo IV

PROPUESTA

4.1 TEMA

Plan de Negocio para la creación de un Gimnasio Familiar en la Parroquia Pascuales

4.2 OBJETIVOS

4.2.1 OBJETIVOS GENERAL

Elaborar un plan de negocio para la creación de un gimnasio familiar en la parroquia Pascuales

4.2.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Determinar las estrategias de mercado a utilizar para competir con los gimnasios del sector.
- Determinar los recursos necesarios para la creación del Gimnasio Familiar.
- Determinar los costos beneficios de la creación del Gimnasio Familiar.

4.3 PLAN DE NECOCIO

4.3.1 PLAN ESTRATEGICO

4.3.1.1 LA EMPRESA

El gimnasio se denominará “SPORT FAMILY” escogiéndose dicho nombre debido que es un gimnasio dirigidos a las familias de la parroquia Pascuales del Cantón Guayaquil con la finalidad de que exista una interacción familiar y a la vez realicen actividades físicas. Sin la necesidad de dejar a los niños solos en casa.

4.3.1.2 MISIÓN

Incentivar la práctica de hacer ejercicio físico aportando con el espacio y medios necesarios para contribuir a mejorar la salud de la población de la parroquia Pascuales del Cantón Guayaquil

4.3.1.3 VISIÓN

Alcanzar un gran posicionamiento en el mercado de los Gimnasio creando una cultura de deporte sano ofreciendo programas de entrenamiento, nutrición, Contribuyendo así al desarrollo de hábitos deportivos saludables.

4.3.1.4 ASPECTOS LEGALES PARA EL FUNCIONAMIENTO

- ✓ Reservar un nombre (Superintendencia de compañía)
- ✓ Elaborar los estatutos (Abogado)
- ✓ Abrir una cuenta de Integración (Banco)
- ✓ Elevar la escritura pública al estatuto social (Notario)
- ✓ Aprobación del estatutos (Superintendencia de compañía)
- ✓ Publicar la resolución aprobatoria (Diario Nacional)
- ✓ Obtención de permisos (Municipio)
- ✓ Inscribir la compañía (Registro mercantil)
- ✓ Realizar junta General de accionistas
- ✓ Obtención de los documentos habilitantes (Superintendencia de compañía)
- ✓ Inscribir el nombramiento del representante (Registro mercantil)
- ✓ Obtención del Ruc (SRI)
- ✓ Obtención de carta para el banco (Superintendencia de compañía).

La empresa se la va a constituir como una compañía anónima debido a que se constituirá con aporte de socios (2 Socios).

Cada socio aportara con \$15000

4.3.1.5 VALORES ORGANIZACIONALES

Orientación al cliente.- conociendo las necesidades de nuestro cliente satisfaciéndola ofreciéndoles servicio de cumplan con sus expectativas

Bienestar social.- Ofreciendo un ambiente de interacción familiar

Responsabilidad.- Cumpliendo con todos los procedimientos tanto institucionales como las obligaciones con las entidades de control.

Respeto.- Es la base para que exista una buena y sana convivencia para que haya armonía entre la empresa y los clientes.

4.3.1.6 UBICACIÓN

Como ubicación el gimnasio estará ubicado en la parroquia Pascuales del Cantón Guayaquil en la Av. Flavio Alfaro y Calceta cabe recalcar que el lugar será estratégico pues como se mencionaba en los capitulos anteriores cerca de la ubicación no se encuentra ningún otros gimnasio.



Figura 10 Ubicación
Fuente : Google map

4.3.1.7 ANÁLISIS PEST

Factor Político.- Hoy en día las organizaciones gubernamentales como es el caso de la Organización Mundial de la salud (OMS) están regulando leyes que ayudan a mejorar la eficiencia en la salud y disminuir así los altos índices de obesidad y de enfermedades no transmisibles (ENT), la cual permitirá que sea más sencillo la creación del Gimnasio Familiar ya que las políticas gubernamental locales no pondrán tantas obstáculos para su apertura, en cuestiones de permisos etc.

Factor Económico.- Al momento económicamente el país está pasando por un decrecimiento en la economía, lo que podría afectar al negocio, ya que afectarían a los ingresos de los posibles cliente y ellos podrían no adquirir nuestros servicios al no ser considerado un servicio de primera

necesidad, por lo que afectaría a los ingresos del negocio y con ello el mantenimiento y adquisición de maquinarias.

Factor Social.- La salud y el bienestar de las familias es primordial, fomentando el buen hábito de hacer ejercicio físico para evitar la obesidad que cada día alcanza un porcentaje muy alto en la sociedad

Factor Tecnológico.-En los últimos años la industria del mercado de los Gimnasios va cambiando, con la evolución de nuevas tecnologías que trae consigo la llegada de nuevos diseños de máquinas para entrenamientos.

MATRIZ DE ANALISIS PEST

Tabla 15 Análisis Pest

<i>FACTORES</i>	<i>OPORTUNIDAD</i>	<i>AMENAZA</i>	<i>ESTRATEGIA</i>
Factor Político	X		
Factor Económico		X	*Precios bajo *Promociones, descuentos
Factor Social	X		
Factor Tecnológico	X		

Fuente: Elaborada por la autora

4.3.1.8 ANALISIS PORTER

Amenaza de los nuevos competidores

A medida que los negocios puedan ser imitados o copiados fácilmente la entrada de nuevos competidores es más vulnerable, sin embargo acceder al mercado de los Gimnasio no es tan sencillo ya que este tipo de negocio necesita una gran cantidad de inversión.

Poder de Negociación de los proveedores

Este poder de negociación es alto ya que en la ciudad no existen muchas empresas dedicadas a la venta de maquinarias modernas para uso de actividad física lo que implica que su costo sea un poco alto.

Poder de negociación de los Compradores

Los Gimnasio no son considerados servicios de primera necesidad, esto hace que este poder sea alto, pero en la encuesta realizada se pudo conocer la predisposición de las familias de la parroquia pascuales para acudir al nuevo gimnasio familiar a realizar actividad física, esto permite que el poder de negociación con los compradores o clientes se vuelva moderado.

Amenaza de Producto Sustituto.

En la actualidad el gobierno autónomo centralizado opta por dar actividades al aire libre, apertura de nuevos gimnasios por el Sector.

Rivalidad entre los competidores existentes

Esta fuerza hace referencia a la rivalidad que existe entre las empresas que compiten en mismo mercado en este caso el de los Gimnasio que es la fuerza más poderosas en la industria, sin embargo en la parroquia Pascuales, Esta fuerza es moderada puesto que se ha definido que el sector

donde se propone la creación del Gimnasio es estratégico se ha observado que en el lugar (Flavio Alfaro y Calceta) cerca del mercado de Pascuales, no cuenta con un Gimnasio Familiar.

MATRIZ DEL ANALISIS DE PORTER

Tabla 16 Análisis de Porter

<i>FUERZAS</i>	<i>OPORTUNIDAD</i>	<i>AMENAZA</i>	<i>ESTRATEGIA</i>
Amenaza de los nuevos competidores		X	*Aumentar la publicidad *Reducir precios
Poder de negociación de los proveedores		X	*Buscar proveedores internacionales *Realizar alianzas estratégicas con los proveedores
Poder de negociación de los Compradores	X	X	*Realizar Promociones *Atención personalizada con los cliente
Amenaza de Producto Sustituto		X	*Realizar una o dos veces actividades al aire libre
Rivalidad entre los competidores existentes	X	X	*Brindar un buen Servicio *Ofrecer servicios adicionales

Fuente: Elaborada por la autora

4.3.1.9 ANÁLISIS FODA.

Tabla 17 Fortalezas

FORTALEZAS	DESCRIPCIÓN
<ul style="list-style-type: none"> • Ubicación del gimnasio familiar 	<p>No existe competencia ya que será el primer gimnasio con estas características dentro de la Parroquia</p>
<ul style="list-style-type: none"> • Servicios de calidad a través de enseñanzas de rutinas con personal capacitado 	<p>Porque va a contar con entrenadores calificados profesionalmente</p>
<ul style="list-style-type: none"> • Predisposición de las Familias de la Parroquia por asistir a un Gimnasio 	<p>En el análisis de la encuesta realizada a la parroquia pascuales se puede observar que la gran mayoría de las familias están dispuestas a asistir al Gimnasio familiar</p>

Fuente: Elaborada por la autora

Tabla 18 Oportunidades

OPORTUNIDADES	DESCRIPCIÓN
<ul style="list-style-type: none"> • El gobierno está fomentando la inversión nacional 	<p>Gracias a las medidas económicas implementadas por el gobierno El Banco del Pacífico tiene la tasa más baja del mercado haciendo accesible el crédito dirigidos a pequeñas empresas para el financiamiento ya sea de capital de trabajo o compra de activos fijos</p>
<ul style="list-style-type: none"> • Cada vez crece más la tendencia de verse bien físicamente 	<p>Actualmente está en auge el realizar actividad física ya sea por salud o por estética</p>
<ul style="list-style-type: none"> • No existe competencia por el sector 	<p>Mediante la encuesta se pudo determinar que no existe un gimnasio familiar en el sector de la Parroquia.</p>

Fuente: Elaborada por la autora

Tabla 19 Debilidades

DEBILIDADES	DESCRIPCIÓN
<ul style="list-style-type: none"> • Inversión Inicial Elevada 	La inversión Inicial es alta, puesto que el costo de las maquinas es elevado
<ul style="list-style-type: none"> • Poca experiencia del mercado de los gimnasio 	Existe poca experiencia en este sector por lo que se tomara en cuenta para actualizar al personal con las nuevas tendencias en el mercado de ejercicio y nutrición.
<ul style="list-style-type: none"> • Ausencia del hábito en los habitantes de la parroquia para realizar ejercicio físico 	Altos niveles de Obesidad, y sedentarismo por falta de tiempo

Fuente: Elaborada por la autora

Tabla 20 Amenazas

AMENAZAS	DESCRIPCIÓN
<ul style="list-style-type: none"> • Programas gratuitos por partes de Municipios para hacer actividades físicas al aire libre 	En la actualidad los Municipios para fomentar la actividad física está incentivando a realizar ejercicios al aire libre
<ul style="list-style-type: none"> • Nuevas políticas económicas por parte del gobierno nacional. 	El gobierno Nacional para mejorar la política económica muchas veces realiza reajustes en la economía del país, lo que puede perjudicar a la economía de las familias
<ul style="list-style-type: none"> • Altos costo de mantenimiento 	Este gasto fijo elevado puede obligar al gimnasio a mantener los precios de sus servicios un poco elevado, por lo cual se deberá aplicar estrategias adecuadas para poder ser competitivo.

Fuente: Elaborada por la autora

MATRIZ FODA

Tabla 21 Foda

	FORTALEZA	DEBILIDADES
ESTRATEGIAS	Ubicación del gimnasio familiar	Alta Inversión
FO-DO-FA-DA	Servicio de calidad a través de enseñanza de rutinas con personal capacitado	Ausencia del hábito de hacer ejercicio
	Predisposición de las familias de la Parroquia por asistir a un gimnasio	Poca experiencia en el mercado de los gimnasios
OPORTUNIDADES	ESTRATEGIA - FO	ESTRATEGIAS - DO
Gobierno fomenta la inversión nacional	1.-Generacion de empleo	1.-Buscar crédito bancario por medio del Banco del Pacifico
Cada vez más crece la tendencia de verse bien	2.-Brindar un servicio innovador que resulte atractivo y mejore el físico de los clientes	2.-Capacitar al personal con las nuevas tendencias en cuanto a la actividad física
No existe competencia por el Sector	3.- fidelizar al cliente con programas de seguimiento de rutinas de ejercicios y nutrición	3.- Posicionamiento en la zona con mucha Publicidad
AMENAZAS	ESTRATEGIAS - FA	ESTRATEGIAS- DA
Programas gratuitos por partes de Municipios	1.-Realizar una o dos veces a la semana rutinas de ejercicios al aire libre y así interactúan los padres y los niños	1.- Realizar mucha publicidad por redes Sociales, y volante
Nuevas Políticas Económicas por parte del gobierno	2.-Realizar paquetes promocionales que se encuentren al alcance de la economía de las familias	2.-Introducirse en el mercado con precios bajos en los servicios
Altos costo de Mantenimiento	3.-Capacitar al personal para realizar mantenimiento preventivo de rutinas	3.- Mantener la calidad de los servicios del Gimnasio, ofreciéndoles una atención personalizada.

Fuente: Elaborada por la autora

4.4 PLAN COMERCIAL

4.4.1 IMAGEN DEL NEGOCIO



Figura 11 Logo
Fuente: Elaborada por la autora

El logotipo define simbólicamente a la familia hienndo a realizar actividades físicas

4.4.2 EL MERCADO

Pascuales es una Parroquia ubicada al pie del Rio Daule que ha ido evolucionando a través del tiempo pasando de ser una parroquia Rural a incorporarse al área Urbana de Guayaquil mediante “El artículo 3 de la Ordenanza Reformatoria de Delimitación Urbana Expedida el 18 de Noviembre de 1991, y publicada en registro oficial N° 828”. Lo cual ha permitido su crecimiento en la parte comercial con la constitución de varios establecimientos comercial.

Esto permite evidenciar el gran potencial que tiene la parroquia para desarrolla y explorar este mercado, acotando que en el sector no existe un gimnasio que ofrezca el servicio de entrenamiento físico y asesoría de una nutricionista.

Se determinó como población objetivo las familias de la parroquia que según datos del (INEC 2010) ascienden a 18,730 familias.

Una vez realizado el análisis de las encuestas se determinó que un 75% los habitantes de la parroquia están de acuerdo con que exista un Gimnasio en el sector de (Flavio Alfaro y Calceta) además que les gustaría que haya actividad física para niños, ya que les motivaría acudir con sus hijos/familias

4.4.3 MARKETING MIX

4.4.3.1 PRODUCTO/ SERVICIO

Se ofrecerán en el gimnasio los siguientes servicios.

- ✓ Programas de entrenamientos personalizados
- ✓ Bailo terapias
- ✓ Zumba
- ✓ Ejercicios en áreas verdes
- ✓ Spinning
- ✓ Cardio box como aeróbicos
- ✓ Anaeróbicos
- ✓ Sugerencia y orientación nutricional
- ✓ Gimnasia para niños
- ✓ Pilates

Horarios de Atención

El gimnasio familiar atenderá de lunes a sábado de 7:00 a 21:00

4.4.3.2 PRECIO

Family Sport fijara los siguientes precios para conseguir captar rápidamente una gran cantidad de clientes y así conseguir una participación en el mercado

Tabla 22 Costo de Servicio

Costo de Membresía	
Membresías mensual por familia	\$ 55,00
Membresías mensual por persona	\$ 39,00
Membresías diario por familia	\$ 6,00
Membresías diario por persona	\$ 3,00

Fuente: Elaborada por la autora

Además se utilizara la estrategia de precio discriminatorio el cual consiste en dar un costo especial a los clientes que adquieran las membresías por dos años consecutivos.

4.4. 3.3 PLAZA

El canal de distribución será directo, es un negocio de servicio, por lo que no hay intermediario los usuarios que acudan a Sport Family contarán con la atención de la recepcionista, donde podrán obtener información detallada de todos los servicios que brinda, además podrán observar las instalaciones, por lo cual deberán de estar bien equipadas, además de contar con un diseño en el interior que refleje un ambiente de relajación familiar.

4.4.3.4 PROMOCIÓN

El gimnasio podrá contar con promociones en membresía familiares enfocada en atraer más usuarios en épocas de vacaciones, temporada playera, el cual consiste que las familia pueda adquirir membresías a bajo costo (familia conformada por dos adultos y dos niños, además descuentos en feriados).

Dar descuentos especiales por promocionar y llevar a otras familias al gimnasio.

Además se promocionara al gimnasio mediante el marketing boca a boca, el cual consistes en que los usuarios comenten con sus amistades los servicios y el buen trato que ofrece el gimnasio.

4.4.3.5 PERSONA

El gimnasio contara con personal capacitado en todos los servicios el cual se va a ofrecer, tanto personal trainer como el personal de atención al cliente

4.4.3.6 PHYSICAL EVIDENCE

Entre las evidencias físicas para atraer al cliente están:

Una buena infraestructura, logo atrayente, un ambiente familiar con un agradable olor perfumado, música de acuerdo a las rutinas de ejercicios, aire acondicionado, y una distribución correcta de los espacios.

4.4.3.7 PROCESO

El gimnasio tendrá un proceso orientado al cliente

- ✓ Comunicación con el cliente, planificación de actividades Diarias

- ✓ Sesiones de trabajo supervisadas por el personal Trainer los cuales estarán enseñando y motivando al cliente.
- ✓ El personal de mantenimiento controle que todas las maquinas estén bien engrasadas y que funcionen correctamente para evitar accidente.

4.4.3.8 PRODUCTIVIDAD

Con el proceso orientado al cliente el Gimnasio podrá adquirir compromiso de precio y servicio de calidad que haga que la experiencia del cliente sea la mejor posible

4.4.4 ESTRATEGIAS DE MARKETING

Al ser un establecimiento que ofrecerá servicios, el cliente no podrá sentir el servicio hasta que lo contrate y realice la actividad, La estrategia a utilizar será la diferenciación la cual busca dar cualidades distintivas al servicio y que resulten significativas para el cliente.

Sport Family se diferenciara primero en la atención a las familias por expertos instructores deportistas y asesoría de una nutricionista, esto ayudará a nuestros clientes a mantener una excelente imagen corporal y una nutrición adecuada, además tendrá actividades para niños y actividades familiares al aire libre, Adicional a eso se plantean las siguientes estrategias.

4.4.4.1.-Publicidad mediante las redes sociales

Las redes sociales son un medio de comunicación bastante utilizadas por usuarios de todas la edades, por lo que se activara una publicidad agresiva y constante por este medio, con la finalidad de captar la atención de los usuarios, además Sport Family contara con su propia página web donde

se podrá obtener información de todas las actividades, descuentos y promociones de los servicios que ofrece el Gimnasio.



Figura 12 Diseño Web

Fuente: Elaborado por la autora

4.4.4.2- Publicidad mediante volantes

Cerca del lugar establecido para el proyecto se encuentra el Mercado Municipal de Pascuales lo cual servirá de punto estratégico para repartir volantes.



Figura 13 Volante
Fuente: Elaborado por la autora

4.4.4.3.- Envió de e-malling

Este tipo de publicidad consiste en enviar un mensaje publicitario a todas las personas que cuenten con una cuenta de correo electrónico.

4.4.4.4.- Estrategia de venta.

Para captar la atención de los posibles clientes se los invitará a una clase gratis que incluye asesoría con la nutricionista, para que pueden darse cuenta de la calidad del servicio y así puedan adquirir las membresías.

Además dos días a la semana se invitará a un nuevo talento de pantalla (Los llamados chicos reality, que recién se esté dando a conocer), para que realice actividades en el Gimnasio lo que estimulará a la comunidad para que acuda al Gimnasio.

4.5 PLAN OPERATIVO

4.5.1 DISEÑO DE LAS LOCACIONES

Family Sport contara con una amplia infraestructura la cual estar dividida de la siguiente manera 1área de Recepción, 2 áreas de ejercicio colectivos con máquinas, 2 área para realizar actividades física con bailo- terapia, aeróbicos etc. áreas de duchas, departamento del personal administrativo, un consultorio para la nutricionista

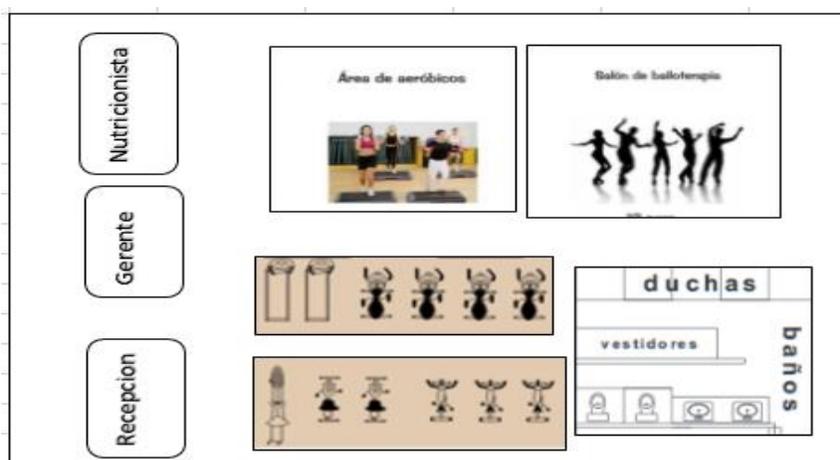


Figura 14 Locaciones
Fuente: Elaborado por la autora

4.5.2 INVERSION DE ACTIVOS

A continuación se detallara todos los activos fijos necesarios para la implementación de gimnasio familiar

Tabla 23 Plan de Compras

<i>Cantidad</i>	<i>Descripción</i>	<i>Imagen</i>	<i>C. Unitario</i>	<i>C. Total</i>
2	Escritorios		\$ 190,00	\$ 380,00
3	Silla Giratorias		\$ 69,64	\$ 208.92
2	Silla para Sala de Espera (x4)		\$ 178,57	\$ 357,14
3	Tacho de Basura		\$20,00	\$60,00
3	Silla de Espera		\$35,00	\$105,00
1	Cheslong Medico		\$110	\$110
1	Botiquín con medicinas		\$80,00	\$80,00

3	Archivadores		\$ 107,14	\$ 321,42
1	Escritorio de recepción		\$ 491,07	\$ 491,07
1	Vitrina Indurama VFV400 290 Litros Ruedas resistentes Color blanco - VF4049		\$ 1.128,58	\$ 1.128,58
3	Acondicionador de Aire Split Smart Inverter LG VM122C6 Blanco 12.000 BTUs		\$ 844,71	\$ 2.534,13
1	Dispensadores de Agua		\$ 89,29	\$ 89,29
Total de Muebles y Enseres				\$ 5.865,55

Fuente: Elaborado por la autora

Tabla 24 Equipos de Computación

<i>Cantidad</i>	<i>Descripción</i>	<i>Imagen</i>	<i>C. Unitario</i>	<i>C. Total</i>
3	Teléfonos		\$ 57,86	\$ 173,58

2	Computadoras de Escritorio ALL One PH Blanca 19.5 pulgada		\$ 750,00	\$ 1.500,00
1	Laptop Notebook Intel 4GB HP 15-BS020LA 15.6 Pulgada		\$ 900,00	\$ 900,00
1	Balanza Digital		\$45,00	\$45,00
2	Impresoras Multifuncional		\$ 278,22	\$ 556,44
1	Televisor DIGGIO DG TVLSS4K de 55 pulgadas		\$ 1.019,61	\$1.019,61
1	Parlante Bazzuka Light BZKL11N-Negro		\$ 220,56	\$ 220,56
1	Micrófono x2 A.XTREME EWM-272		\$ 50,00	\$ 50,00
Total de Equipos de computo				\$ 4.465.19

Fuente: Elaborado por la autora

Tabla 25 Maquinarias y Equipo

<i>Cantidad</i>	<i>Descripción</i>	<i>Imagen</i>	<i>C. Unitario</i>	<i>C. Total</i>
3	Caminadora Sportech Jb 7600 Maquina para realizar cardio ya sea corriendo o caminando		\$ 3.131,58	\$ 9.394,74
18	Step de madera permite realizar aeróbicos		\$ 35,71	\$ 642,78
1	Abdominales con placas Mc165 Maquina para trabajar la zona de abdominales y Lumbrar		\$ 1.582,46	\$ 1.582,46
4	Bicicleta Spinning Maquina para realizar Piernas		\$ 625,00	\$ 2.500,00
3	Elíptica Spinning Maquina que permite realizar Cardio de manera intensa		\$ 1.028,95	\$ 3.086,85

2	Ejercitador ORBITREK ELITE Maquina para trabajar muslos, brazos, hombros, espalda		\$ 431,00	\$ 862,00
1	Giro de Cintura Mc 230 Maquina para ejercitar la cintura		\$ 337,72	\$ 337,72
1	Ejercitador Multifuerzas WESY1938.0 Maquina para trabajar pectorales		\$ 687,00	\$ 687,00
1	Banco de Pecho Plano Maquina para ejercitar pectorales acostado		\$ 591,23	\$ 591,23
2	Banco de Pecho WEIDER 15963/PRO 265 Inclinado Maquina para fortalecer la parte superior del pecho		\$ 359,00	\$ 718,00
1	Predicador Mc 245 Maquina para desarrollar los bíceps		\$ 510,53	\$ 510,53

2	AB Coaster Maquina para tonificar Abdominales		\$ 293,00	\$ 586,00
2	Ejercitador B Body TONER Maquina para trabajar bíceps y tríceps, espalda y glúteos		\$ 319,00	\$ 638,00
8	Disco de Acero 10lbs		\$ 14,30	\$ 114,40
8	Disco de Acero 20lbs		\$ 28,60	\$ 228,80
8	Disco de Acero 40lbs		\$ 64,34	\$ 514,72
6	Espejos grandes		\$ 80,00	\$ 480,00
100	Piso de Caucho(x m2)		\$ 32,31	\$ 3.231,00

1	Casilleros con 15 espacios		\$ 300,00	\$ 300,00
18	Colchonetas 120x70 cm		\$ 21,40	\$ 385,20
1	Porta Mancuerdas		\$ 500,00	\$ 500,00
8	Mancuerdas de Hierro 10lbs		\$ 14,29	\$ 114,32
8	Mancuerdas de Hierro 20lbs		\$ 28,57	\$ 228,56
8	Mancuerdas de Hierro 5lbs		\$ 10,00	\$ 80,00
TOTAL DE MAQUINARIA Y EQUIPO				\$ 28314.31

Fuente: Elaborado por la autora

Tabla 26 Total Activos

Descripción	Valor Total
Muebles y Enseres	\$ 5,865.55
Equipos Computación	\$ 4,465.19
Maquinaria y Equipo	\$ 28,314.31
TOTAL	\$ 38,645.05

Fuente: Elaborado por la autora

Estos valores no incluyen IVA

4.6 PLAN ORGANIZACIONAL

4.6.1 ORGANIGRAMA

Sport Family utilizara una estructura funcional ya es una estructura jerárquica donde cada empleado tiene un superior y los equipos son agrupados por departamentos o áreas.

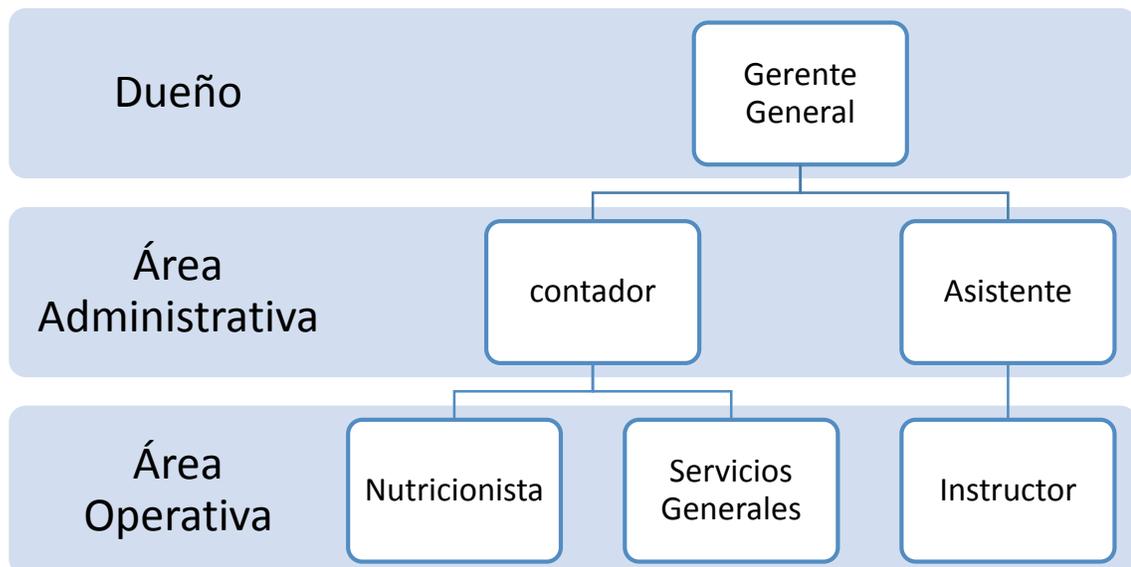


Figura 15 Organigrama
Fuente: Elaborado por la autora

Por el momento el gimnasio solo va contar con 1 instructor y 1 nutricionistas, a mediada como vaya evolucionando el negocio ira incrementando el personal.

4.6.2 MANUAL DE FUNCIONES.

Nombre del Cargo: Gerente General

Descripción del Cargo: Administrar, dirigir y planificar el correcto funcionamiento de Sport Family así como de representar legal, judicial a la compañía.

Requisitos mínimos para el Cargo

Edad: 30-40 años

Género: indistinto

Disponibilidad: A tiempo Completo

Profesión: Ing. Comercial/ Contabilidad o Carreras a fines

Experiencia: 1 año en Posiciones similares

Conocimientos adicionales: Planificación Estratégica, Paquete de Office

Funciones

- ✓ Representar legalmente al Establecimiento
- ✓ Preparar Estrategias para optimizar los servicios que se ofrecen en el Establecimiento

- ✓ Establecer Reglas para controlar el uso de los recursos Humanos, Financiero, administrativos
- ✓ Aprobar flujo de cuentas por Pagar y Cobrar.
- ✓ Desarrollar un Plan Estratégico anual para mejorar los servicios e incluir nuevas actividades para los clientes
- ✓ Tener una excelente comunicación con todo el personal del establecimiento

Nombre del Cargo: Contador

Descripción del Cargo: Establecer los procedimientos para la gestión de la información financiera por medio de los registros contables.

Requisitos mínimos para el Cargo

Edad: 30-40 años

Género: indistinto

Disponibilidad: A tiempo Completo

Profesión: C.PA

Experiencia: 2 año en Posiciones similares

Conocimientos adicionales: Habilidades Numéricas, Paquete de Office

Funciones

- ✓ Preparar Estados Financieros para la Gerencia
- ✓ Mantener informado a la gerencia sobre el flujo de caja

- ✓ Realizar Presupuesto
- ✓ Velar por los intereses de la compañía
- ✓ Elaborar declaraciones

Tener una excelente comunicación con todo el personal

Nombre del Cargo: Asistente

Descripción del Cargo: Brindar información necesaria a los clientes de una manera cortés, (será la imagen del Gimnasio por ser la primera persona que el cliente acuda a solicitar información) además deberá supervisar al auxiliar de Mantenimiento

Requisitos mínimos para el Cargo

Edad: 19 -28 años

Género: Mujer

Disponibilidad: A tiempo Completo

Profesión: Estudios Superiores Marketing/ Administración

Experiencia: 1 año en Posiciones similares

Cualidades: Tener buena Imagen Corporal

Conocimientos adicionales: Orientación al Cliente, Facilidad de Palabra, Paquete Office

Funciones

- ✓ Atención al Cliente

- ✓ Recibir Llamadas y direccionar al área solicitada
- ✓ Registrar Inscripciones
- ✓ Recaudar pago de mensualidades
- ✓ Elaborar facturas
- ✓ Elaborar listados de clientes
- ✓ Elaborar reporte del Estado de las instalaciones
- ✓ Promocionar los servicios, y productos que venda el Gimnasio.

Nombre del Cargo: Instructor

Descripción del Cargo: Sera Encargado de ayudar y asesorar a los clientes en que rutinas de que ejercicios debe de realizar además de enseñar a utilizar las máquinas de una manera adecuada.

Requisitos mínimos para el Cargo

Edad: 22 -38 años

Género: Masculino

Disponibilidad: A tiempo Completo

Profesión: Egresado o Profesional de la Faculta de educación Física

Experiencia: 1- 2 año en Posiciones similares

Cualidades: Tener una buena Imagen Atlética, Paciente y Tolerante con el Cliente

Conocimientos adicionales: Orientación al Cliente, Facilidad de Palabra

Funciones

- ✓ Impartir las Rutinas de Actividad Física vigilando la seguridad de los Usuarios
- ✓ Guiar a los clientes en sus rutinas de ejercicios y llevar un control de cada uno
- ✓ Socializar con las Familias para realizar entrenamientos conjunto
- ✓ Planear los programas/ Rutinas para promover el desarrollo físico y las habilidades de los usuarios
- ✓ Mantener Ordenado el Gimnasio
- ✓ Comunicar cualquier avería que sufran las maquinas
- ✓ Motivar a los clientes

Nombre del Cargo: Nutricionista

Descripción del Cargo: Sera Encargada de asesora a las Familias en los Hábitos Alimenticios

Requisitos mínimos para el Cargo

Edad: 28 -35 años

Género: Indiferente

Disponibilidad: A tiempo Completo

Profesión: Profesional en Nutrición Dietética

Experiencia: 1- 2 año en Posiciones similares

Cualidades Personales: Identificar Problemas y solucionarlos, facilidad de palabra

Funciones

- ✓ Brindar Servicio de asesoría nutricional a las Familias
- ✓ Elaborar planes nutricionales de acuerdo a las necesidades de cada usuario
- ✓ Seguimiento y control de los planes Nutricionales aplicados
- ✓ Establecer Comunicación Constante con el Entrenador sobre los avances que van desarrollando cada usuario
- ✓ Educar a las familias sobre los alimentos que deben consumir para alcanzar los objetivos propuestos.

Nombre del Cargo: Servicio Generales

Descripción del Cargo: Sera Encargado del orden, mantenimiento y limpieza del establecimiento y de ayudar a las otras áreas en las tareas que se le asigne.

Requisitos mínimos para el Cargo

Edad: 18 -35 años

Género: Masculino

Disponibilidad: A tiempo Completo

Profesión: Instrucción Secundaria

Experiencia: 1- 2 año en Posiciones similares

Cualidades Personales: Predisposición, buena Aptitud

Funciones

- ✓ Mantener ordenado y limpio el establecimiento
- ✓ Colaborar con la prevención y control de situaciones de emergencia
- ✓ Llevar a cabo la apertura y cierre de puertas
- ✓ Informar sobre alguna novedad
- ✓ Realizar mandados

Cabe destacar que Sport Family estará en constantes actualizaciones y formación a sus trabajadores en base a los requerimiento detectados por su nivel de ocupación, la finalidad es la de desarrollar conocimientos, habilidades y actitudes para mejorar su desempeño en el gimnasio

4.7 PLAN FINANCIERO

4.7.1 INVERSIÓN INICIAL

El Gimnasio familiar necesitara de todos aquellos equipos para cumplir con el servicio de acondicionamiento físico, es decir, maquinas, implementos deportivos y demás equipos para llevar a cabo las operaciones de la empresa.

Acontinuación se detalla la inversión en activos.

Tabla 27 Activos no Corriente

ACTIVO NO CORRIENTE	Cantidad	Valor Unitario	Valor Sin IVA Total	Valor con IVA Total	% de Deprec	Depreciación Anual	Depreciación mensual
ÁREA DE RECEPCION							
Computadora de Escritorio	1	\$ 750.00	\$ 750.00	\$ 840.00	33.3	\$ 22.52	\$ 1.88
Impresora multifuncional	1	\$ 278.22	\$ 278.22	\$ 311.61	33.3	\$ 8.35	\$ 0.70
Teléfono	1	\$ 57.86	\$ 57.86	\$ 64.80	33.3	\$ 1.74	\$ 0.14
Aire split Smart Inverte LG	1	\$ 844.71	\$ 844.71	\$ 946.08	10	\$ 84.47	\$ 7.04
Escritorio de Recepción	1	\$ 491.07	\$ 491.07	\$ 550.00	10	\$ 49.11	\$ 4.09
Archivador	1	\$ 107.14	\$ 107.14	\$ 120.00	10	\$ 10.71	\$ 0.89
Silla Ejecutiva	1	\$ 69.64	\$ 69.64	\$ 78.00	10	\$ 6.96	\$ 0.58
Silla de Espera	2	\$ 178.57	\$ 357.14	\$ 400.00	10	\$ 35.71	\$ 2.98
Vitrina Indurama	1	\$ 1,128.58	\$ 1,128.58	\$ 1,264.01	10	\$ 112.86	\$ 9.40
Basurero	1	\$ 20.00	\$ 20.00	\$ 22.40	10	\$ 2.00	\$ 0.17
TOTAL		\$ 3,925.79	\$ 4,104.36	\$ 4,596.88		\$ 332.44	\$ 27.70
ÁREA ADMINISTRATIVA							
Laptop	1	\$ 900.00	\$ 900.00	\$ 1,008.00	33.3	\$ 27.03	\$ 2.25
Escritorios	1	\$ 190.00	\$ 190.00	\$ 212.80	10	\$ 19.00	\$ 1.58
Silla Ejecutiva	1	\$ 69.64	\$ 69.64	\$ 78.00	10	\$ 6.96	\$ 0.58
Silla de Visita	1	\$ 35.00	\$ 35.00	\$ 39.20	10	\$ 3.50	\$ 0.29
Impresora Multifuncional	1	\$ 278.22	\$ 278.22	\$ 311.61	33.3	\$ 8.35	\$ 0.70
Teléfonos	1	\$ 57.86	\$ 57.86	\$ 64.80	33.3	\$ 1.74	\$ 0.14
Archivadores	1	\$ 107.14	\$ 107.14	\$ 120.00	10	\$ 10.71	\$ 0.89
Acondicionares de Aire	1	\$ 844.71	\$ 844.71	\$ 946.08	10	\$ 84.47	\$ 7.04
Dispensador de Agua	1	\$ 89.29	\$ 89.29	\$ 100.00	10	\$ 8.93	\$ 0.74

Basurero	1	\$ 20.00	\$ 20.00	\$ 22.40	10	\$ 2.00	\$ 0.17
TOTAL		\$ 2,591.86	\$ 2,591.86	\$ 2,902.88		\$ 172.70	\$ 14.39
<i>ÁREA NUTRICION Y DIAGNOSTICO</i>							
Computadora de Escritorio	1	\$ 750.00	\$ 750.00	\$ 840.00	33.3	\$ 22.52	\$ 1.88
Escritorios	1	\$ 190.00	\$ 190.00	\$ 212.80	10	\$ 19.00	\$ 1.58
Sillas de Ejecutiva	1	\$ 69.64	\$ 69.64	\$ 78.00	10	\$ 6.96	\$ 0.58
Silla de Visita	2	\$ 35.00	\$ 70.00	\$ 78.40	10	\$ 7.00	\$ 0.58
Archivador	1	\$ 107.14	\$ 107.14	\$ 120.00	10	\$ 10.71	\$ 0.89
Teléfono	1	\$ 57.86	\$ 57.86	\$ 64.80	33.3	\$ 1.74	\$ 0.14
Cheslong Medico	1	\$ 110.00	\$ 110.00	\$ 123.20	10	\$ 11.00	\$ 0.92
Balanza Digital	1	\$ 45.00	\$ 45.00	\$ 50.40	33.3	\$ 1.35	\$ 0.11
Botiquín con Medicina	1	\$ 80.00	\$ 80.00	\$ 89.60	10	\$ 8.00	\$ 0.67
Basurero	1	\$ 20.00	\$ 20.00	\$ 22.40	10	\$ 2.00	\$ 0.17
TOTAL		\$ 1,464.64	\$ 1,499.64	\$ 1,679.60		\$ 90.29	\$ 7.52
<i>EQUIPAMIENTO DEL GIMNASIO</i>							
Caminadora Sportech Jb	3	\$ 3,131.58	\$ 9,394.74	\$ 10,522.11	10	\$ 939.47	\$ 78.29
Step de madera	18	\$ 35.71	\$ 642.78	\$ 719.91	10	\$ 64.28	\$ 5.36
Abdominales con placasMc165	1	\$ 1,582.46	\$ 1,582.46	\$ 1,772.36	10	\$ 158.25	\$ 13.19
Bicicleta Spinning	4	\$ 625.00	\$ 2,500.00	\$ 2,800.00	10	\$ 250.00	\$ 20.83
Elíptica Spinning	3	\$ 1,028.95	\$ 3,086.85	\$ 3,457.27	10	\$ 308.69	\$ 25.72
Ejercitador ORBITREK ELITE	2	\$ 431.00	\$ 862.00	\$ 965.44	10	\$ 86.20	\$ 7.18
Giro de Cintura Mc 230	1	\$ 337.72	\$ 337.72	\$ 378.25	10	\$ 33.77	\$ 2.81
Ejercitador Multifuerzas WESY1938.	1	\$ 687.00	\$ 687.00	\$ 769.44	10	\$ 68.70	\$ 5.73
Banco de Pecho Plano	1	\$ 591.23	\$ 591.23	\$ 662.18	10	\$ 59.12	\$ 4.93
Banco de Pecho WEIDER 15963/PRO 265	2	\$ 359.00	\$ 718.00	\$ 804.16	10	\$ 71.80	\$ 5.98

Predicador Mc 245	1	\$ 510.53	\$ 510.53	\$ 571.79	10	\$ 51.05	\$ 4.25
AB Coaster	2	\$ 293.00	\$ 586.00	\$ 656.32	10	\$ 58.60	\$ 4.88
Ejercitador B Body TONER	2	\$ 319.00	\$ 638.00	\$ 714.56	10	\$ 63.80	\$ 5.32
Disco de Acero 10lbs	8	\$ 14.30	\$ 114.40	\$ 128.13	10	\$ 11.44	\$ 0.95
Disco de Acero 20lbs	8	\$ 28.60	\$ 228.80	\$ 256.26	10	\$ 22.88	\$ 1.91
Disco de Acero 40lbs	8	\$ 64.34	\$ 514.72	\$ 576.49	10	\$ 51.47	\$ 4.29
Espejos grandes	6	\$ 80.00	\$ 480.00	\$ 537.60	10	\$ 48.00	\$ 4.00
Piso de Caucho(x m2)	100	\$ 32.31	\$ 3,231.00	\$ 3,618.72	10	\$ 323.10	\$ 26.93
Casilleros con 15 espacios	1	\$ 300.00	\$ 300.00	\$ 336.00	10	\$ 30.00	\$ 2.50
Colchonetas 120x70 cm	18	\$ 21.40	\$ 385.20	\$ 431.42	10	\$ 38.52	\$ 3.21
Porta Mancuerdas	1	\$ 500.00	\$ 500.00	\$ 560.00	10	\$ 50.00	\$ 4.17
Mancuerda de Hierro 10lbs	8	\$ 14.29	\$ 114.32	\$ 128.04	10	\$ 11.43	\$ 0.95
Mancuerdas de Hierro 20lbs	8	\$ 28.57	\$ 228.56	\$ 255.99	10	\$ 22.86	\$ 1.90
Mancuerdas de Hierro 5lbs	8	\$ 10.00	\$ 80.00	\$ 89.60	10	\$ 8.00	\$ 0.67
Acondicionares de Aire	1	\$ 844.71	\$ 844.71	\$ 946.08	10	\$ 84.47	\$ 7.04
Televisor DIGGIO Smart 55	1	\$ 1,019.61	\$ 1,019.61	\$ 1,141.96	33.3	\$ 30.62	\$ 2.55
Parlante	1	\$ 220.56	\$ 220.56	\$ 247.03	33.3	\$ 6.62	\$ 0.55
Micrófono	1	\$ 50.00	\$ 50.00	\$ 56.00	33.3	\$ 1.50	\$ 0.13
TOTAL		\$ 13,160.87	\$ 30,449.19	\$ 34,103.09		\$ 2,954.65	\$ 246.22
TOTAL INVERSIÓN FIJA		\$ 21,143.16	\$ 38,645.05	\$ 43,282.46	\$ -	\$ 3,550.08	\$ 295.84

Fuente: Elaborado por la autora

En base a la tabla presentada se requiere una Inversión en Activos no Corriente de \$4.596,88 para el área de Recepción, \$ 2.902,88 para el área Administrativa, para el área de Nutrición y Diagnostico \$1.679,60 y para el equipamiento del Gimnasio familiar se necesitarán \$34.103,09 estos valores incluyen IVA, además los activos están sujetos a depreciación la cual se ha aplicado el porcentaje de acuerdo a la Ley Orgánica de Régimen Tributario Interno que indica:

“La depreciación de los activos fijos se realizara de acuerdo a la naturaleza de los bienes, a la duración de la vida útil y la técnica contable. Para que este gasto sea deducible, no podrá superar los siguientes porcentaje”

- Instalaciones, maquinarias , equipos y muebles 10% anual
- Equipos de cómputo y software 33,3% anual

Tabla 28 Gastos Pre Operacionales

GASTOS PRE-OPERATIVOS				Valor Total
Gastos de Instalación				\$ 500,00
Permisos de Bomberos y Patentes Municipales				\$ 500,00
TOTAL GASTOS PRE-OPERACIONALES				\$ 1.000,00

Fuente: Elaborado por la autora

Entre los gastos operacionales se ha considerado los gastos de Instalación y el respectivo permiso para el funcionario.

4.7.2 DETALLE DE GASTOS AL INICIO DE OPERACIÓN

A continuación se detallan los gastos Administrativos, Gastos y Costo de ventas, entre los cuales no se considerado gasto de arriendo de local, ya que, este va ser proporcionado por unos de los socios sin costo alguno por los primeros 5 años.

Tabla 29 Presupuesto de Sueldo

Sueldos y Salarios	No. de personal	Remuneración mensual
Gerente General	1	\$ 750,00
Contador (externo)	1	\$ 380,00
Asistente Adm	1	\$ 385,00
Sueldo área administrativa		\$ 1.515,00
Nutricionista	1	\$ 650,00
Entrenador	1	\$ 500,00
Servicio Generales	1	\$ 380,00
sueldo Área operacional		\$ 1.530,00
TOTAL	6	\$ 3.045,00

Fuente: Elaborado por la autora

El gimnasio contará con personal capacitado los mismos que estarán Afiliados al IESS desde el primer día de trabajo y gozarán de todos los beneficios que les corresponden.

Tabla 30 Gastos Administrativo

PRESUPUESTO DE GASTOS ADMINISTRATIVO		
	Mensual	Anual
Sueldos y Salarios área administrativo	\$1.953,66	\$23.443,88
Energía Eléctrica	\$30,00	\$360,00
Agua	\$20,00	\$240,00
Teléfono	\$30,00	\$360,00
Internet	\$45,00	\$540,00
Suministro de Oficina	\$20,00	\$240,00
Deprec/Area Adm/Recp	\$42,10	\$505,14
Total	\$2.140,75	\$25.689,02

Fuente: Elaborado por la autora

En los Gastos Administrativos se consideró los sueldos del gerente y la asistente administrativa, el contador, además se consideró los servicios básicos, los suministro y la depreciación de los activos del área Administrativa y la Recepción.

Tabla 31 Gastos de Ventas

PRESUPUESTO DE GASTOS VENTAS		
	Mensual	Anual
Publicidad/volantes,etc	\$130,00	\$1.560,00
Domino web	\$200,00	\$2.400,00
Envío de e-malling	\$120,00	\$1.440,00
Deprec/Área Gimnasio/nutrición	\$253,74	\$3.044,94
Total	\$703,74	\$8.444,94

Fuente: Elaborado por la autora

Para el presupuesto de Gastos de Ventas se consideró la publicidad y el dominio de la página Web, ya que el gimnasio tendrá su propio portal web, en el cual promocionar todos los servicios y actividades realizada en el gimnasio, además se consideró el envío de e-malling que consiste en enviar publicidad a todos los usuarios que tengan una cuenta de correo electrónico.

Tabla 32 Costo de Venta

COSTO DE VENTA		
	Mensual	Anual
Sueldo y salario personal operativo	\$2.131,09	\$25.573,13
Agua	\$25,00	\$300,00
Energía Eléctrica	\$50,00	\$600,00
Compra de Aguas, bebidas energizantes	\$82,00	\$984,00
Total	\$2.288,09	\$27.457,13

Fuente: Elaborado por la autora

Se debe indicar que para el costo de venta se consideró la compra de las bebidas que se van a vender en Gimnasio, el sueldo del entrenador, la nutricionista, servicios generales, además de los respectivos servicios básicos para el buen funcionamiento del mismo.

4.7.3 CAPITAL DE TRABAJO

“El capital de trabajo es aquellos recursos que necesita una empresa para poder realizar sus operaciones” (Salazar, 2017)

Como el Gimnasio Sport Family no maneja ventas de servicio a crédito ni pago a proveedores nuestro ciclo de caja será en 30 Días

Tabla 33 Capital de Trabajo

CAPITAL DE TRABAJO	
	Año 1
COSTO DE VENTA	\$ 27.457,13
GASTOS ADM.	\$ 25.689,02
GASTOS VENTA	\$ 8.444,94
CAO	\$ 61.591,08

CAPITAL DE TRABAJO MENSUAL	\$ 5.132,59
-----------------------------------	--------------------

Fuente: Elaborado por la autora

Se calcula el costo de Trabajo para 3 meses

$$\text{Capital de trabajo} = \frac{\text{Total de Costo y Gasto anual}}{360} * 90$$

$$\text{Capital de trabajo} = \$ \frac{61591.08}{360} * 90$$

$$\text{Capital de trabajo} = \mathbf{\$15.397,77}$$

Tabla 34 Proyección de Ingreso por Membresías

Precio por Familia Mensual	\$	55,00
Precio por Persona Mensual	\$	39,00
Precio Diario por Familia	\$	6,00
Precio Diario por Persona	\$	3,00

Fuente: Elaborado por la autora

Tabla 35 Ventas Mensuales Membresías

MESES	Membresías Mensual por Familia	Membresías Mensual por Persona	Membresías Diario Por Familia	Membresías Diario Por Persona	Ingreso por Familia Mensual	Ingreso por Persona Mensual	Ingreso Diario por Familia	Ingreso Diario por Persona	Total Mensual
ENERO	28	22	21	26	\$ 1.540,00	\$ 858,00	\$ 126,00	\$ 78,00	\$ 2.602,00
FEBRERO	32	25	24	30	\$ 1.771,00	\$ 986,70	\$ 144,90	\$ 89,70	\$ 2.992,30
MARZO	37	29	28	34	\$ 2.036,65	\$ 1.134,71	\$ 166,64	\$ 103,16	\$ 3.441,15
ABRIL	43	33	32	40	\$ 2.342,15	\$ 1.304,91	\$ 191,63	\$ 118,63	\$ 3.957,32
MAYO	49	38	37	45	\$ 2.693,47	\$ 1.500,65	\$ 220,37	\$ 136,42	\$ 4.550,91
JUNIO	56	44	42	52	\$ 3.097,49	\$ 1.725,74	\$ 253,43	\$ 156,89	\$ 5.233,55
JULIO	65	51	49	60	\$ 3.562,11	\$ 1.984,61	\$ 291,45	\$ 180,42	\$ 6.018,58
AGOSTO	74	59	56	69	\$ 4.096,43	\$ 2.282,30	\$ 335,16	\$ 207,48	\$ 6.921,37
SEPTIEMBRE	86	67	64	80	\$ 4.710,90	\$ 2.624,64	\$ 385,44	\$ 238,60	\$ 7.959,58
OCTUBRE	99	77	74	91	\$ 5.417,53	\$ 3.018,34	\$ 443,25	\$ 274,39	\$ 9.153,51
NOVIEMBRE	113	89	85	105	\$ 6.230,16	\$ 3.471,09	\$ 509,74	\$ 315,55	\$ 10.526,54
DICIEMBRE	130	102	98	121	\$ 7.164,68	\$ 3.991,75	\$ 586,20	\$ 362,89	\$ 12.105,52
TOTAL	812	638	609	754	\$ 44.662,57	\$ 24.883,43	\$ 3.654,21	\$ 2.262,13	\$ 75.462,34

Fuente: Elaborado por la autora

Tabla 36 Ventas Anual Membresías

INGRESO POR VENTA ANUAL					
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Membresías Mensual por Familia	812	934	1.074	1.235	1.420
Membresías Mensual por Persona	638	734	844	970	1.116
Membresías Diario Por Familia	609	700	805	926	1.065
Membresías Diario Por persona	754	867	997	1.147	1.319
Precio del Servicio de Gimnasio por Familia Mensual	\$ 55,00	\$ 57,75	\$ 60,64	\$ 63,67	\$ 66,85
Precio del Servicio de Gimnasio por Persona Mensual	\$ 39,00	\$ 40,95	\$ 43,00	\$ 45,15	\$ 47,40
Precio del Servicio de Gimnasio Diario por Familia	\$ 6,00	\$ 6,30	\$ 6,62	\$ 6,95	\$ 7,29
Precio del Servicio de Gimnasio Diario por Persona	\$ 3,00	\$ 3,15	\$ 3,31	\$ 3,47	\$ 3,65
INGRESOS ANUALES	\$ 75.462,34	\$ 91.120,77	\$ 110.028,33	\$ 132.859,21	\$ 160.427,50

Fuente: Elaborado por la autora

Tabla 37 Precio de bebida

Precio de Agua	\$ 0,50
Precio de Gatorade	\$ 1,50
Precio Vive100	\$ 1,00

Tabla 38 Proyección de Ingreso por Bebidas

MESES	Cantidad Botella de Agua	Cantidad de Botella de Gatorade	Cantidad de Botella de Vive100	Ingreso por Venta de Agua	Ingreso por Venta de Gatorade	Ingreso por Venta Vive100	Total Mensual
ENERO	48	36	29	\$ 24.00	\$ 54.00	\$ 29.00	\$ 107.00
FEBRERO	55	41	33	\$ 27.60	\$ 62.10	\$ 33.35	\$ 123.05
MARZO	63	48	38	\$ 31.74	\$ 71.42	\$ 38.35	\$ 141.51
ABRIL	73	55	44	\$ 36.50	\$ 82.13	\$ 44.11	\$ 162.73
MAYO	84	63	51	\$ 41.98	\$ 94.45	\$ 50.72	\$ 187.14
JUNIO	97	72	58	\$ 48.27	\$ 108.61	\$ 58.33	\$ 215.22
JULIO	111	83	67	\$ 55.51	\$ 124.91	\$ 67.08	\$ 247.50
AGOSTO	128	96	77	\$ 63.84	\$ 143.64	\$ 77.14	\$ 284.62
SEPTIEMBRE	147	110	89	\$ 73.42	\$ 165.19	\$ 88.71	\$ 327.32
OCTUBRE	169	127	102	\$ 84.43	\$ 189.97	\$ 102.02	\$ 376.41
NOVIEMBRE	194	146	117	\$ 97.09	\$ 218.46	\$ 117.32	\$ 432.87
DICIEMBRE	223	167	135	\$ 111.66	\$ 251.23	\$ 134.92	\$ 497.81
TOTAL	1,392	1,044	841	\$ 696.04	\$ 1,566.09	\$ 841.05	\$ 3,103.18

Fuente: Elaborado por la autora

Tabla 39 Ventas Anual Bebidas

INGRESO POR VENTA DE BEBIDAS ANUAL					
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Cantidad botella de Agua	1,392	1,601	1,841	2,117	2,435
Cantidad de botella de Gatorade	1,044	1,201	1,381	1,588	1,826
Cantidad de vive 100	841	967	1,112	1,279	1,471
Precio de Agua	\$ 0.50	\$ 0.53	\$ 0.55	\$ 0.58	\$ 0.61
Precio de Gatorade	\$ 1.50	\$ 1.58	\$ 1.65	\$ 1.74	\$ 1.82
Precio Vive100	\$ 1.00	\$ 1.05	\$ 1.10	\$ 1.16	\$ 1.22
INGRESOS ANUALES	\$ 3,103.18	\$ 3,747.09	\$ 4,524.61	\$ 5,463.46	\$ 6,597.13

Fuente: Elaborado por la autora

La Proyección de ventas se hace para 5 años donde el nivel de ingresos de Sport Family dependerá de las membrecías que se logren vender en el mes, ya sea estas de forma mensual o Diaria, adicional se ha considerado un incremento del 15% en las ventas de Membresías, y en el precio se ha considerado la variación 5% anual, Además se consideró para la proyección de los ingresos del Gimnasio Sport Family las ventas de bebidas Energizarte y el agua.

PUNTO DE EQUILIBRIO

Como Sport Family es una empresa que brindara un servicio y al no tener costos directos que incurran en gastos de fabricación el punto de equilibrio será los márgenes de ganancia que se obtengan hasta cubrir los costos fijos.

4.7.4 FINANCIAMIENTO

El Gimnasio Sport Familia tendrá un Financiamiento Propio y un Crédito mediante el Banco del Pacifico por \$ 19.094,39 a una tasa de interés de 9.5% que es considerado para Pyme durante un periodo de 5 años adicional a eso cada socio (dos) aportara con \$15.000 dólares

Tabla 40 Financiamiento

Banco del Pacifico		
<u>Inversión Total</u>		
INVERSIÓN FIJA	\$	43.282,46
GASTOS PRE-OPERACIONALES	\$	1.000,00
CAPITAL DE TRABAJO	\$	5.132,59
		\$ 49.415,05
<u>Capital Propio</u>		\$ 30.000,00

CAPITAL REQUERIDO	\$ 19.415,05
--------------------------	---------------------

Condiciones del Crédito	
Valor del Préstamo	\$ 19.415,05
Periodos de pago	60
Tasa de interés	9,50%
Forma de capitalización	Mensual a 5 años
PAGO	\$ 407,75

Fuente: Elaborado por la autora

A continuación se presenta la tabla de Amortización

No.	Principal	Intereses	Pago	Amort. Prést.
0			\$ 407,75	\$ 19.415,05
1	\$ 254,05	\$ 153,70	\$ 407,75	\$ 19.161,00
2	\$ 256,06	\$ 151,69	\$ 407,75	\$ 18.904,94
3	\$ 258,09	\$ 149,66	\$ 407,75	\$ 18.646,85
4	\$ 260,13	\$ 147,62	\$ 407,75	\$ 18.386,72
5	\$ 262,19	\$ 145,56	\$ 407,75	\$ 18.124,53
6	\$ 264,27	\$ 143,49	\$ 407,75	\$ 17.860,26
7	\$ 266,36	\$ 141,39	\$ 407,75	\$ 17.593,90
8	\$ 268,47	\$ 139,29	\$ 407,75	\$ 17.325,43
9	\$ 270,59	\$ 137,16	\$ 407,75	\$ 17.054,84
10	\$ 272,73	\$ 135,02	\$ 407,75	\$ 16.782,11
11	\$ 274,89	\$ 132,86	\$ 407,75	\$ 16.507,21
12	\$ 277,07	\$ 130,68	\$ 407,75	\$ 16.230,14
13	\$ 279,26	\$ 128,49	\$ 407,75	\$ 15.950,88
14	\$ 281,47	\$ 126,28	\$ 407,75	\$ 15.669,41
15	\$ 283,70	\$ 124,05	\$ 407,75	\$ 15.385,70
16	\$ 285,95	\$ 121,80	\$ 407,75	\$ 15.099,75
17	\$ 288,21	\$ 119,54	\$ 407,75	\$ 14.811,54
18	\$ 290,49	\$ 117,26	\$ 407,75	\$ 14.521,05
19	\$ 292,79	\$ 114,96	\$ 407,75	\$ 14.228,25
20	\$ 295,11	\$ 112,64	\$ 407,75	\$ 13.933,14
21	\$ 297,45	\$ 110,30	\$ 407,75	\$ 13.635,69
22	\$ 299,80	\$ 107,95	\$ 407,75	\$ 13.335,89
23	\$ 302,18	\$ 105,58	\$ 407,75	\$ 13.033,71
24	\$ 304,57	\$ 103,18	\$ 407,75	\$ 12.729,15
25	\$ 306,98	\$ 100,77	\$ 407,75	\$ 12.422,17
26	\$ 309,41	\$ 98,34	\$ 407,75	\$ 12.112,76
27	\$ 311,86	\$ 95,89	\$ 407,75	\$ 11.800,90
28	\$ 314,33	\$ 93,42	\$ 407,75	\$ 11.486,57
29	\$ 316,82	\$ 90,94	\$ 407,75	\$ 11.169,75
30	\$ 319,32	\$ 88,43	\$ 407,75	\$ 10.850,43
31	\$ 321,85	\$ 85,90	\$ 407,75	\$ 10.528,57
32	\$ 324,40	\$ 83,35	\$ 407,75	\$ 10.204,17
33	\$ 326,97	\$ 80,78	\$ 407,75	\$ 9.877,20
34	\$ 329,56	\$ 78,19	\$ 407,75	\$ 9.547,65
35	\$ 332,17	\$ 75,59	\$ 407,75	\$ 9.215,48
36	\$ 334,80	\$ 72,96	\$ 407,75	\$ 8.880,68
37	\$ 337,45	\$ 70,31	\$ 407,75	\$ 8.543,24

38	\$ 340,12	\$ 67,63	\$ 407,75	\$ 8.203,12
39	\$ 342,81	\$ 64,94	\$ 407,75	\$ 7.860,31
40	\$ 345,52	\$ 62,23	\$ 407,75	\$ 7.514,78
41	\$ 348,26	\$ 59,49	\$ 407,75	\$ 7.166,52
42	\$ 351,02	\$ 56,73	\$ 407,75	\$ 6.815,51
43	\$ 353,80	\$ 53,96	\$ 407,75	\$ 6.461,71
44	\$ 356,60	\$ 51,16	\$ 407,75	\$ 6.105,11
45	\$ 359,42	\$ 48,33	\$ 407,75	\$ 5.745,69
46	\$ 362,27	\$ 45,49	\$ 407,75	\$ 5.383,43
47	\$ 365,13	\$ 42,62	\$ 407,75	\$ 5.018,30
48	\$ 368,02	\$ 39,73	\$ 407,75	\$ 4.650,27
49	\$ 370,94	\$ 36,81	\$ 407,75	\$ 4.279,33
50	\$ 373,87	\$ 33,88	\$ 407,75	\$ 3.905,46
51	\$ 376,83	\$ 30,92	\$ 407,75	\$ 3.528,63
52	\$ 379,82	\$ 27,93	\$ 407,75	\$ 3.148,81
53	\$ 382,82	\$ 24,93	\$ 407,75	\$ 2.765,98
54	\$ 385,85	\$ 21,90	\$ 407,75	\$ 2.380,13
55	\$ 388,91	\$ 18,84	\$ 407,75	\$ 1.991,22
56	\$ 391,99	\$ 15,76	\$ 407,75	\$ 1.599,23
57	\$ 395,09	\$ 12,66	\$ 407,75	\$ 1.204,14
58	\$ 398,22	\$ 9,53	\$ 407,75	\$ 805,92
59	\$ 401,37	\$ 6,38	\$ 407,75	\$ 404,55
60	\$ 404,55	\$ 3,20	\$ 407,75	\$ 0,00

Fuente: Elaborado por la autora

Tabla 42 Gasto Financiero Anual

Años	Principal	Intereses
1er.	\$ 3.184,90	\$ 1.708,12
2do.	\$ 3.501,00	\$ 1.392,03
3er.	\$ 3.848,46	\$ 1.044,56
4to.	\$ 4.230,41	\$ 662,61
5to.	\$ 4.650,27	\$ 242,75
TOTAL	\$ 19.415,05	\$ 5.050,08

Fuente: Elaborado por la autora



PYME PACÍFICO

Criterios De Simulación

Monto Solicitado Plazo (meses) Sistema de Amortización

Atrás

Simular

Cancelar

Para conocer las condiciones, costo total del crédito y la tabla de amortización proyectada, por favor genere los archivos de los botones: **Exportar a excel** y **Condiciones y Costo Total del Crédito**

Información General De La Simulación

Segmento: COMERCIAL Tasa de Interés: 9.50 Moneda: DÓLARES DE LOS ESTADOS UNIDOS DE AMÉRICA
 Producto: PYME PACIFICO Plazo (meses): 60
 Monto Solicitado: 19415.05 Fecha de simulación: 2018/08/13
 Sistema de Amortización: Francés Fecha de vencimiento: 2023/07/18

Ver ▾

 Exportar a Excel...

 Condiciones y Costo Total del Crédito

Cuota	Fecha	Capital inicial	Amortización mensual de capital	Interés mensual	Total cuota financiera	Saldo Capital	Seguro de desgravamen	Seguro de incendio	Total seguros	Total a pagar
1	2018-09-12	\$ 19,415.05	\$ 254.15	\$ 153.60	\$ 407.75	\$ 19,160.90	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 407.75
2	2018-10-12	\$ 19,160.90	\$ 255.95	\$ 151.80	\$ 407.75	\$ 18,904.95	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 407.75
3	2018-11-11	\$ 18,904.95	\$ 258.05	\$ 149.70	\$ 407.75	\$ 18,646.90	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 407.75

Figura 16 Crédito

Fuente: Banco del Pacifico

4.7.5 ESTADOS DE SITUACIÓN FINANCIERA Y FACTIBILIDAD.

Los Estados Financieros serán proyectados por 5 años

Tabla 43 Estado de Resultado Proyectado

ESTADOS DE RESULTADOS PROYECTADOS						
		Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
VENTAS SERV		\$ 75.462,34	\$ 91.120,77	\$ 110.028,33	\$ 132.859,21	\$ 160.427,50
VENTAS Bienes/Producto		\$ 3.103,18	\$ 3.747,09	\$ 4.524,61	\$ 5.463,46	\$ 6.597,13
(-) Costo de Venta		\$ (27.457,13)	\$ (26.473,13)	\$ (26.473,13)	\$ (26.473,13)	\$ (26.473,13)
(=) Utilidad Bruta		\$ 51.108,39	\$ 68.394,73	\$ 88.079,81	\$ 111.849,55	\$ 140.551,51
(-) Gastos Administrativos		\$ (25.689,02)	\$ (26.973,47)	\$ (28.322,14)	\$ (29.738,25)	\$ (31.225,16)
(-) Gastos de Ventas		\$ (8.444,94)	\$ (8.030,94)	\$ (8.174,58)	\$ (8.338,32)	\$ (8.525,00)
(=) UTILIDAD OPERACIONAL		\$ 16.974,44	\$ 33.390,33	\$ 51.583,10	\$ 73.772,98	\$ 100.801,35
(-) Gastos Financieros		\$ (1.708,12)	\$ (1.392,03)	\$ (1.044,56)	\$ (662,61)	\$ (242,75)
(=) UAIT		\$ 15.266,31	\$ 31.998,30	\$ 50.538,54	\$ 73.110,37	\$ 100.558,59
(-) Participación Trabajadores	15%	\$ (2.289,95)	\$ (4.799,75)	\$ (7.580,78)	\$ (10.966,55)	\$ (15.083,79)
(-) Impuesto a la Renta	25%				\$ (15.535,95)	\$ (21.368,70)
UTILIDAD NETA		\$ 12.976,37	\$ 27.198,56	\$ 42.957,76	\$ 46.607,86	\$ 64.106,10

Fuente: Elaborado por la autora

El Estado de Resultado proyectado tiene un comportamiento creciente cada año, lo cual indica que va a poder cubrir todos los gastos dejando así una utilidad de \$16.192,17 en el primer año, además se puede visualizar que los años siguiente también será bueno para el gimnasio

Tabla 44 Flujo de Efectivo Proyectado

FLUJO DE CAJA PROYECTADO						
	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
INVERSIÓN FIJA*	\$ (43.282,46)					
UAIT		\$ 15.266,31	\$ 31.998,30	\$ 50.538,54	\$ 73.110,37	\$ 100.558,59
Pago Part. Trab.		\$ (2.289,95)	\$ (4.799,75)	\$ (7.580,78)	\$ (10.966,55)	\$ (15.083,79)
Pago de IR		\$ -	\$ -	\$ -	\$ (15.535,95)	\$ (21.368,70)
EFFECTIVO NETO		\$ 12.976,37	\$ 27.198,56	\$ 42.957,76	\$ 46.607,86	\$ 64.106,10
(+) Deprec. Área recepción.		\$ 332,44	\$ 332,44	\$ 332,44	\$ 332,44	\$ 332,44
(+) Deprec. Área Adm.		\$ 172,70	\$ 172,70	\$ 172,70	\$ 172,70	\$ 172,70
(+) Deprec. Área Nutrición		\$ 90,29	\$ 90,29	\$ 90,29	\$ 90,29	\$ 90,29
(+) Deprec. Área Gimnasio		\$ 2.954,65	\$ 2.954,65	\$ 2.954,65	\$ 2.954,65	\$ 2.954,65
(+) Aporte Accionistas	\$ 30.000,00					
(+) Préstamo concedido	\$ 19.415,05	\$ (3.184,90)	\$ (3.501,00)	\$ (3.848,46)	\$ (4.230,41)	\$ (4.650,27)
FLUJO NETO DEL PERIODO	\$ 6.132,59	\$ 13.341,54	\$ 27.247,64	\$ 42.659,37	\$ 45.927,52	\$ 63.005,91
(+) Saldo Inicial	\$ -	\$ 6.132,59	\$ 19.474,13	\$ 46.721,77	\$ 89.381,14	\$ 135.308,66
(=) FLUJO ACUMULADO	\$ 6.132,59	\$ 19.474,13	\$ 46.721,77	\$ 89.381,14	\$ 135.308,66	\$ 198.314,56

Fuente: Elaborado por la autora

El flujo neto para el primer año será \$6.132,59 mientras que para el quinto año aumenta \$198.314,56 lo que es beneficioso para el Gimnasio ya que teniendo mayor liquidez puede contemplar la posibilidad de disminuir su pasivo pagando más rápido sus obligaciones financieras.

4.7.6 TASA DE RETORNO Y VALOR ACTUAL.

Tabla 45 TIR/VAN

CÁLCULO DE TIR Y VAN						
	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
INVERSIÓN TOTAL	\$ (49.415,05)					
UAIT		\$ 15.266,31	\$ 31.998,30	\$ 50.538,54	\$ 73.110,37	\$ 100.558,59
Pago Part. Trab.		\$ (2.289,95)	\$ (4.799,75)	\$ (7.580,78)	\$ (10.966,55)	\$ (15.083,79)
Pago de IR		\$ -	\$ -	\$ -	\$ (15.535,95)	\$ (21.368,70)
EFFECTIVO NETO		\$ 12.976,37	\$ 27.198,56	\$ 42.957,76	\$ 46.607,86	\$ 64.106,10
(+) Deprec. Área Recepción.		\$ 332,44	\$ 332,44	\$ 332,44	\$ 332,44	\$ 332,44
(+) Deprec. Área Adm.		\$ 172,70	\$ 172,70	\$ 172,70	\$ 172,70	\$ 172,70
(+) Deprec. Área Nutrición		\$ 90,29	\$ 90,29	\$ 90,29	\$ 90,29	\$ 90,29
(+) Deprec. Área Gimnasio.		\$ 2.954,65	\$ 2.954,65	\$ 2.954,65	\$ 2.954,65	\$ 2.954,65
(+) Recuperación Cap. Trabajo						\$ 5.132,59
(+) Préstamo concedido		\$ (3.184,90)	\$ (3.501,00)	\$ (3.848,46)	\$ (4.230,41)	\$ (4.650,27)
FLUJO NETO DEL PERIODO	\$ (49.415,05)	\$ 13.341,54	\$ 27.247,64	\$ 42.659,37	\$ 45.927,52	\$ 68.138,50
Saldo Periodo de Recuperación	\$ (49.415,05)	\$ (36.073,51)	\$ (8.825,87)			

TIR	52,32%	
VAN	\$54.844,03	
<i>Pay Back</i>	2,81	años

Fuente: Elaborado por la autora

El periodo de recuperación de la inversión será en 2,81 años, obteniendo un VAN de \$54.844,08 (mayor a 0) haciendo al proyecto factible, además la TIR indica que el Gimnasio recibirá \$ 52,32 por cada \$100 de Inversión

Tabla 46 Análisis de Sensibilidad

ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD						
	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
INVERSIÓN TOTAL	\$ (49.415,05)					
VENTAS SERV		\$ 78.565,52	\$ 94.867,86	\$ 114.552,94	\$ 138.322,68	\$ 167.024,63
(-) Costo de Venta		\$ (27.457,13)	\$ (26.473,13)	\$ (26.473,13)	\$ (26.473,13)	\$ (26.473,13)
(=) Utilidad Bruta		\$ 51.108,39	\$ 68.394,73	\$ 88.079,81	\$ 111.849,55	\$ 140.551,51
(-) Gastos Administrativos		\$ (25.689,02)	\$ (26.973,47)	\$ (28.322,14)	\$ (29.738,25)	\$ (31.225,16)
(-) Gastos de Ventas		\$ (8.444,94)	\$ (8.030,94)	\$ (8.174,58)	\$ (8.338,32)	\$ (8.525,00)
(=) UTILIDAD OPERACIONAL		\$ 16.974,44	\$ 33.390,33	\$ 51.583,10	\$ 73.772,98	\$ 100.801,35
(-) Gastos Financieros		\$ (1.708,12)	\$ (1.392,03)	\$ (1.044,56)	\$ (662,61)	\$ (242,75)
(=) UAIT		\$ 15.266,31	\$ 31.998,30	\$ 50.538,54	\$ 73.110,37	\$ 100.558,59
Pago Part. Trab.		\$ (2.289,95)	\$ (4.799,75)	\$ (7.580,78)	\$ (10.966,55)	\$ (15.083,79)
Pago de IR		\$ -			(15.535,95)	(21.368,70)
EFFECTIVO NETO		\$ 12.976,37	\$ 27.198,56	\$ 42.957,76	\$ 46.607,86	\$ 64.106,10
(+) Deprec. Área Recepción		\$ 332,44	\$ 332,44	\$ 332,44	\$ 332,44	\$ 332,44
(+) Deprec. Área Adm.		\$ 172,70	\$ 172,70	\$ 172,70	\$ 172,70	\$ 172,70
(+) Deprec. Área Nutrición		\$ 90,29	\$ 90,29	\$ 90,29	\$ 90,29	\$ 90,29
(+) Deprec. Área gimnasio		\$ 2.954,65	\$ 2.954,65	\$ 2.954,65	\$ 2.954,65	\$ 2.954,65
(+) Recuperación Cap. Trabajo						\$ 5.132,59
(+) Préstamo concedido		\$ (3.184,90)	\$ (3.501,00)	\$ (3.848,46)	\$ (4.230,41)	\$ (4.650,27)
FLUJO NETO DEL PERIODO	\$ (49.415,05)	\$ 13.341,54	\$ 27.247,64	\$ 42.659,37	\$ 45.927,52	\$ 68.138,50
Saldo Periodo de Recuperación	\$ (49.415,05)	\$ (36.073,51)	\$ (8.825,87)			

TIR	52,32%	
VAN	\$ 54.844,03	
<i>Pay Back</i>	2,81	años

Fuente: Elaborado por la autora

En el Analisis de sencibilidad se puede visualizar que la TIR y el VAN se mantiene.

Por lo que se considera que el proyecto es viable.

4.7.7 ESTADO DE SITUACION FINANCIERA

Tabla 47 Estado de Situación Financiera

ESTADOS DE SITUACIÓN FINANCIERA PROYECTADOS						
	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
ACTIVOS						
ACTIVO. CORRIENTE						
Efectivo	\$ 6.132,59	\$ 19.474,13	\$ 46.721,77	\$ 89.381,14	\$ 135.308,66	\$ 198.314,56
Bancos		\$ 2.289,95	\$ 4.799,75	\$ 7.580,78	\$ 26.502,51	\$ 36.452,49
Cuentas por Cobrar	\$ -					
Total Activo Corriente	6.132,59	21.764,08	51.521,51	96.961,92	161.811,16	234.767,05
ACTIVO. NO CORRIENTE						
Muebles y Enseres	\$ 6.569,42	\$ 6.569,42	\$ 6.569,42	\$ 6.569,42	\$ 6.569,42	\$ 6.569,42
Equipo de Computación	\$ 5.001,01	\$ 5.001,01	\$ 5.001,01	\$ 5.001,01	\$ 5.001,01	\$ 5.001,01
Maquinaria y Equipo	\$ 31.712,03	\$ 31.712,03	\$ 31.712,03	\$ 31.712,03	\$ 31.712,03	\$ 31.712,03
(-) Deprec. Acum.		\$ (3.550,08)	\$ (7.100,15)	\$ (10.650,23)	\$ (14.200,30)	\$ (17.750,38)
Total Activo NO Corriente	43.282,46	39.732,38	36.182,30	32.632,23	29.082,15	25.532,08
TOTAL ACTIVOS	49.415,05	61.496,46	87.703,82	129.594,14	190.893,32	260.299,13
PASIVOS						
PASIVO CORRIENTE						
Porción Corriente de la Deuda	\$ 3.184,90	\$ 3.501,00	\$ 3.848,46	\$ 4.230,41	\$ 4.650,27	\$ -
Particip. De Trab. Por Pagar	\$ -	\$ 2.289,95	\$ 4.799,75	\$ 7.580,78	\$ 10.966,55	\$ 15.083,79
Imp. A la Renta por Pagar	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 15.535,95	\$ 21.368,70
Total Pasivo Corriente	\$ 3.184,90	\$ 5.790,94	\$ 8.648,21	\$ 11.811,19	\$ 31.152,78	\$ 36.452,49
PASIVO NO CORRIENTE						
Deuda a Largo Plazo	\$ 16.230,14	\$ 12.729,15	\$ 8.880,68	\$ 4.650,27	\$ -	\$ -

Total Pasivo NO Corriente	\$ 16.230,14	\$ 12.729,15	\$ 8.880,68	\$ 4.650,27	\$ -	\$ -
Total PASIVO	\$ 19.415,05	\$ 18.520,09	\$ 17.528,89	\$ 16.461,46	\$ 31.152,78	\$ 36.452,49
PATRIMONIO						
Capital - Aportes de Socios	\$ 30.000,00	\$ 30.000,00	\$ 30.000,00	\$ 30.000,00	\$ 30.000,00	\$ 30.000,00
Utilidad Retenidas	\$ -	\$ 12.976,37	\$ 40.174,92	\$ 83.132,68	\$ 129.740,54	\$ 193.846,64
Total PATRIMONIO	\$ 30.000,00	\$ 42.976,37	\$ 70.174,92	\$ 113.132,68	\$ 159.740,54	\$ 223.846,64
TOTAL PASIVO + PATRIMONIO	\$ 49.415,05	\$ 61.496,46	\$ 87.703,82	\$ 129.594,14	\$ 190.893,32	\$ 260.299,13

Fuente: Elaborado por la autora

4.7.8 Ratios Financieros

Tabla 48 Ratios Financieros

INDICES DE RENTABILIDAD					
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
ROS (Mvent)	17,20%	29,85%	39,04%	35,08%	39,96%
RO (Act)	26,26%	44,23%	48,98%	35,96%	33,58%
ROE (Patri)	30,19%	38,76%	37,97%	29,18%	28,64%
ROI (Capital)	43,25%	90,66%	143,19%	155,36%	213,69%

Fuente: Elaborado por la autora

Ratio ROS (Rentabilidad en las Ventas) indica que el margen de utilidad de cada dólar vendido en la proyección de 5 años tiene un buen rendimiento.

Ratio RO (Rentabilidad en los activos) indica que en el primer año el Gimnasio tiene una rotación de activo de 26,26% siendo el año tres el de mayor desempeño con 48,98% de utilidad.

Ratio ROE (Retorno sobre el Patrimonio) este índice indica que por cada dólar invertido de los accionistas en el primer año se obtiene un 30,19% de beneficio siendo el tercer año el de mayor desempeño con un 37,97%

Ratio ROI (Retorno de la Inversión) indica que el proyecto es rentable puesto que se puede visualizar que en el primer año genera 43,25% de utilidad por cada dólar invertido siendo el quinto año el más rentable con el 213,69 % de rendimiento por cada dólar invertido en el gimnasio.

CONCLUSIONES

Después de haber realizado el análisis correspondiente para determinar la viabilidad de la creación de un Gimnasio Familiar que brinde un servicio de calidad en un ambiente cálido, se llegó a las siguientes conclusiones:

- El Estudio de Mercado determino que en el sector de la Parroquia Pascuales no existe un Gimnasio Familiar que además de brindar a sus habitantes un servicio de calidad en actividad física, también incluya el cuidado alimenticio con asesoría de una nutricionista.
- El mercado objetivo se compone de todas las familias de la parroquia pascuales conformadas por miembro de entre 10 y 65 años de edad la muestra obtenida indica que 75% acepta asistir al gimnasio de este porcentaje el 42% opta por salud, 47% para mejorar el estado físico.
- La estrategia de marketing que se aplicara será la de diferenciación ,el gimnasio contará con actividades para niños, además de actividades grupales en familia al aire libre, también contara con la participación de un talento de pantalla
- El análisis cualitativo califico a este gimnasio como una propuesta viable, ya se determinó las estrategias de promoción y precio para que Sport Family pueda incursionar en el mercado ofertando cuatro tipo de Membresías
- Para comenzar Sport Family solo contara con 1 entrenadores a medida el negocio vaya creciendo se incorporara mas personal.
- La inversión inicial requerida es de \$ 56,125.97 para poder realizar sus operaciones la cual estera financiado \$30,000 por dos socios y la diferencia con un financiamiento de una

entidad financiera, además con la exoneración del gasto de arriendo por los primeros 5 años y la exoneración del pago del impuesto a la renta por los primeros 3 años, obtendrá un ahorro significativo.

- El Estudio de valoración financiera demostró que los flujos proyectados en sus primero 5 año de Sport Family trasladados a valor actual dan como resultado un VAN positivo de \$54.844,03 (mayor a 0) demostrando así que el proyecto es viable.

RECOMENDACIONES.

- Realizar una campaña publicitaria agresiva mediante redes sociales e informar a la ciudadanía sobre el riesgo de la salud y la importancia de realizar actividades físicas.
- Crear un ambiente atractivo para que la comunidad Pascualeña, se sienta atraído y se motive de ir al Gimnasio, además transmitir un trato de amabilidad y cordialidad a los clientes.
- Implementar la opción de pago con tarjeta de crédito (corriente), ya que hoy en día es el medio de pago más utilizado en el país.
- Estar informado de nuevas tendencias en actividad física, para poder capacitar al personal e implementar nuevas actividades ya sea grupales o individuales en el Gimnasio
- Realizar mini encuestas mensuales de satisfacción de los clientes para mejorar cada vez más el servicio.

BIBLIOGRAFIA

Andia Valencia, W., & Paucara Pinto, E. (10 de Octubre de 2013). Los palnes de negocios y los proyectos de Inversion. Lima: Industrial Data.

Baca Urbina, G. (2010). Evaluacion de Proyecto (sexta edicion ed.). Mexico: Mc Graw Hill.

Buen Vivir (23 de Agosto del 2016) obtenido de www.buenvivir.gob.ec

Cevallos Ortega, H. G. (01 de Marzo de 2011). Plan de Negocio para la creacion y Promocion de Olimpo GYM en la cdla la Florida de la Ciudad de Guayaqui. Guayaquil, Ecuador: Universidad de Guayaquil Facso.

Diario el Tiempo. (10 de Noviembre 2016) obtenido 6 de cada 10 Adultos Ecuatorianos Padecen de sobrepeso

<https://www.eltiempo.com.ec/noticias/ecuador/4/6-de-cada-10-adultos-ecuatorianos-padecen-sobrepeso-u-obesidad>

Díaz Granados, S., De Hart, C. A., & Giraldo Zapata, C. (2013). *Manual para la elaboracion de planes de negocio*. Bogota: Punto aparte.

El Telégrafo (20 de Diciembre del 2013) Diario el Telégrafo Obtenido del 5,5 millones de adultos ecuatoriano vive con sobrepeso y obesidad

<https://www.eltelegrafo.com.ec/noticias/sociedad/6/seis-de-cada-10-adultos-tiene-sobrepeso-en-el-pais>

Enrique, Z. L. (2015). *Plan de Negocio*. España: ESIC Editorial.

Expreso (12 de Octubre 2017) Diario Expreso Obtenido Sobrepeso en Ecuador, en la Mira de la organización Mundial de la Salud

<https://www.expreso.ec/actualidad/obesidad-sobrepeso-alimento-dieta-erikaalvarez-oms-inec-salud-YX1761427>

Garcia, E. (2014). UF1820 - Marketing y plan de Negocio. Madrid: Parafinfo.

Gualle Hidalgo, O. J. (01 de Agosto de 2014). Estudio de la factibilidad para la creacion de un Gimnasio en el centro Historico de Quito. Sangolqui: Universidad de las Fuerzas Armadas.

Holguin Salazar, G., Juscamaita Sanchez , T., Navarro Infante , S., & Rodriguez Quispe, C. (03 de Octubre de 2015). Gimnasio Especiañizado en la mujer, Bellacy Feminine Fitness. Lima, Peru: Universidad Catolica de Peru.

Holguin Merchan, F. A. (01 de JULIO de 2017). Creacion de un Gimnasio Ubicado en la Cdla Guangala al Sur de la ciudad de Guayaquil. Guayaquil, Ecuador: Universidad de Guayaquil.

Google Maps. (2018) Google Maps. Obtenido de Flavio Alfaro y Calceta

<https://www.google.com.ec/maps/place/Flavio+Alfaro,+Guayaquil/@-2.0708351,-79.9261064,196m/data=!3m1!1e3!4m5!3m4!1s0x902d0d839a347f7d:0x2de042e3c70f21f8!8m2!3d-2.0693558!4d-79.9272625>

INEC (2010) Ecuador en cifras obtenido de <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/base-de-datos-censo-de-poblacion-y-vivienda/>

Javier, G. H. (01 de Agosto de 2014). Estudio de la Factibilidad para la creacion de un Gimnasio en el Centro Historico de Quiti. Sangolqui.

Luna Gonzalez, A. C. (2014). Administracion Estrategica. Mexico: Patria.

Marin Vilela , C. J. (01 de MARZO de 2015). Proyecto de Empredimiento para la promocion de la practica de Ejercicio Fisico Saludable en el Canton Quevedo. Quevedo, Ecuador: Universidad Regional Uniandes.

Mariño Tamayo, W. (2016). *Empredimiento y Gestion*. Quito: Maya Ediciones.

Marulanda Montoya, J. A., Correa Calle, G., & Mejia Mejia, L. F. (2009). Emprendimiento. *Revista Escuela de administracion de negocio*, 17.

McDonald, M., & Woodburn, D. (2014). El management de las cuentas clave: Cómo seleccionar, tratar y retener a los clientes más rentables. Buenos Aires: Granica.

Morales Castro, A., & Morales Castro, J. A. (2014). Planeacion Financiera. Mexico: Patria.

Noboa Jara, M., & Villavicencio Holguin , G. (01 de ABRIL de 2013). Estudio de Factibilidad para la creacion de un Gimnasio Infantil en la Ciudad de San Francisco de Milagro. Milagro, Ecuador: Universidad Estatal de Milagro.

OMG (Enero 2017) Falta de actividad física obtenido de la Organización Mundial de la Salud http://www.who.int/features/factfiles/physical_activity/es/

Parada, P. (19 de Noviembre de 2012). *Dafo herramienta de planificacion estrategica*

Parada, P. (10 de Enero de 2013). *Analisis pestel una herramienta de estudio delentorno*

- Quezada Cayambe, J. A. (01 de MARZO de 2014). Estudio de Factibilidad de un proyecto de Inversión en el sector Servicios, para la implementación de un Gimnasio de Fisicoculturismo . CAYAMBE, Ecuador: Universidad Catolica Cuenca.
- Robbins , S., & Coulter, M. (14 de Mayo de 2013).
- Saavedra, A. (20 de Diciembre de 2012). Plan Comercial.
- Sanchez Rosas , V. (01 de Marzo de 2014). Estudio de la Factibilidad para la Creacion de un Spa con Gimnasio Acuatico ubicado en la Ciudad de Quito, Valle Cumbaya. Quito, Ecuador: Universidad Politecnica Salesiana.
- Schnarch Kirberg, A. (2014). *Empredimiento Exitoso*. Bogota: Ecoe.
- SEMPLADES. (2013). Plan Nacional del buen vivir. Quito: Secretaria nacionalde planificacion.
- Obtenido del Plan Nacional del Buen Vivir. <http://www.buenvivir.gob.ec/>
- SRI. (28 de Diciembre de 2015). Obtenido de www.sri.gob.ec/BibliotecaPortlet/descargar/cbac1cfa-7546.../20151228+LRTI.pd.
- SRI. (03 de Febrero de 2017). <http://www.sri.gob.ec/web/guest/requisitos-sociedades>. Obtenido de <http://www.sri.gob.ec/web/guest/requisitos-sociedades>:
- www.sri.gob.ec. (28 de Diciembre de 2017). [www.sri.gob.ec/.../Ley-Organica-para-la-reactivación-de-la-economía-fortalecimiento](http://www.sri.gob.ec/.../Ley-Organica-para-la-reactivacion-de-la-economia-fortalecimiento)
- Thompson, A., Peteraf, M., Gamble, J., & Strickland, L. (2012). *Administracion Estrategica* . New York: Mc Graw Hill.
- Thomsen, M. (2011). *El plan de Negocio Dinamico* . Dinamarca: Enlace.

Tschohl, J. (2014). Servicio al cliente. EEUU: Service Quality.

Tschohl, J. (2014). Servicio al Cliente el arma Secreta de la empresa (10 ed.). Estados Unidos: Service Quality institute.

Tschohl, J. (2014). *Servicio al Cliente un servicio excepcional: el arma secreta* (10 ed.). (C. Torres, Ed.) Estados Unidos: Service Quality Institute.

Vallejo Jacome , C. (01 de Abril de 2016). Plan de Negocio para la implementacion de un Gimnasio en Agua en Quito. Quito, Ecuador.

Vargas Belmonte , A. (2014). *Marketing y Plan de Negocio*. IC Editorial.

Villanueva Roca, C. M. (01 de Julio de 2015). Plan de Negocio de un Gimnasio en el Municipio de Narquea . Valencia, España.

Weinberguen Karen (2013) Plan de Negocios herramienta para evaluar la viabilidad

Wallace Stettinius- D. Robley Wood, J. (2009). *Plan de Negocio como diseñarlo e implementarlo*. Estados Unidos: The McGraw-Hill Companies.

<http://www.guayaquil.gob.ec/c%C3%B3mo-obtengo-una-solicitud-para-registro-de-patente>. (17 de FEBRERO de 2012). Obtenido de <http://www.guayaquil.gob.ec/c%C3%B3mo-obtengo-una-solicitud-para-registro-de-patente>

Anexo

✓ Encuestas



Universidad Laica VICENTE ROCAFUERTE de Guayaquil

Facultad de Administración

Carrera de Ing. Comercial

Encuesta

PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACION DE UN GIMNASIO FAMILIAR EN LA PARROQUIA PASCUALES

Sexo: F M

1.- ¿Qué edad tiene?

- A) Menos de 19 año
- B) Entre 20 y 30 años
- C) Entre 31 y 45
- D) Más de 46

2.- ¿Alguna vez has acudido a un gimnasio a realizar actividades físicas?

SI NO

3.- ¿Si tuviera que elegir un gimnasio cual sería la razón más importante?

Que este de cerca de Casa Que este cerca del Trabajo

Que tenga mejores instalaciones Atención Personalizada Horario Amplio

Costo Otras

4.- ¿Qué te motivaría más, para inscribirte en un Gimnasio?

Salud Aspecto físico Salir del Estrés

Relacionarse con otras personas

5.- ¿Existe en su sector un gimnasio al que pueda asistir con su familia?

SI NO

6.- ¿Le gustaría que hubiera un Gimnasio con entrenadores especializados en este Sector?

SI NO

7.- ¿Le gustaría que en el Gimnasio hubiera actividades Física para niños?

SI NO

8.- ¿Le gustaría que su hijo pudiera asistir al mismo Gimnasio?

SI NO

9.- ¿Le gustaría que hubiera un Gimnasio con excelente servicio e infraestructura en el sector?

SI NO

10.- ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por la mensualidad del Gimnasio?

\$25 A \$45

\$46 A \$60

\$61 A \$80

\$81 A 100