



## **UNIVERSIDAD DEL PACIFICO**

### **Facultad de Negocios y Economía**

#### **“CREACIÓN DE UN CENTRO DE DESARROLLO CORPORAL EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL EN EL SECTOR LOS CEIBOS”**

Proyecto de Grado presentada al Consejo Directivo  
Previo la obtención del Título de:

**Ingeniera Comercial con Mención en Recursos Humanos y Finanzas**

**Presentado por**

**KATHERINE NATHALIA SANCHEZ BAQUERIZO**

**Director de Tesis**

Ing. Jorge Gallardo

Guayaquil-Ecuador

2009

## **DECLARACIÓN DE AUTORIA**

Yo, Katherine Nathalia Sánchez Baquerizo declaro ser la autora exclusiva de la presente tesis.

Todos los efectos académicos y legales que se desprendieren de la misma son de mi responsabilidad.

Por medio del presente documento cedo mis derechos de autor a la Universidad del Pacífico –Escuela de Negocios – para que pueda hacer uso del texto completo de la Tesis de Grado “CREACIÓN DE UN CENTRO DE DESARROLLO CORPORAL EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL EN EL SECTOR LOS CEIBOS” con fines académicos y/o de investigación.

(Guayaquil, 29 de Diciembre del 2009)

---

**Katherine Nathalia Sánchez Baquerizo**

## CERTIFICACION

Yo, Jorge Gallardo, profesor de la Facultad de Negocios y Economía de la Universidad Del Pacífico, como Director de la presente Tesis de Grado, certifico que la señorita **Katherine Nathalia Sánchez Baquerizo**, egresado de esta Institución, es autor exclusivo del presente trabajo, el mismo que es autentico, original e inédito.

(Guayaquil, 29 de Diciembre del 2009)

.....  
Ing. Jorge Gallardo (PROFESOR)

## **DOCUMENTO DE CONFIDENCIALIDAD**

La Universidad Del Pacífico, se compromete a no difundir públicamente la información establecida en la presente Tesis de Grado “CREACIÓN DE UN CENTRO DE DESARROLLO CORPORAL EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL EN EL SECTOR LOS CEIBOS”, de autoría de Katherine Nathalia Sánchez Baquerizo, en razón que ésta ha sido elaborada con información confidencial.

Tres copias, escritas y digitales, de esta Tesis de Grado quedan en custodia de la Universidad Del Pacífico, las mismas que podrán ser utilizadas para fines académicos y de investigación.

Para constancia de este compromiso, suscribe

(Guayaquil, 29 de Diciembre del 2009)

DECANO FACULTAD

Ing. Carlos Cruz

## **AGRADECIMIENTOS**

A mi hija, por darme el aliento y la tranquilidad para terminar mi carrera.

A mis padres, por ser mi apoyo incondicional y mi punto de referencia.

A mis hermanos, por querer siempre lo mejor para mi.

A mis jefes, por ser mi estímulo y por darme siempre su apoyo y cariño.

A mis compañeros de la Universidad; por acompañarme y ayudarme a llegar a la meta.

A mis profesores y mi Decano, por ser un ejemplo de rectitud y por sus sabias enseñanzas.

A todos mis cariños sincero.

**Katherine Nathalia Sánchez Baquerizo**

## **DEDICATORIA**

Para mi hija Karlita Daniella quien me alienta cada día a seguir luchando y ser mejor persona.

Ella es mi luz; con todo mi amor le regalo este trabajo que lleva detrás mucho esfuerzo y cansancio, pero que valieron la pena, y todo gracias a ella.

**Katherine Nathalia Sánchez Baquerizo**

## INDICE

	Pág.
INTRODUCCION .....	1
CAPITULO I	
MARCO TEORICO.....	3
1.1 DEFINICIÓN DEL PROYECTO.....	4
1.2. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	5
1.2.1 Causas del Problema .....	6
1.3. FORMULACION Y SISTEMATIZACION DEL PROBLEMA .....	6
1.3.1 Formulación .....	6
1.3.2 Sistematización del Problema .....	8
1.4 IMPORTANCIA Y JUSTIFICACIÓN.....	9
1.5 OBJETIVOS DEL PROYECTO .....	10
1.5.1 Objetivo General .....	10
1.5.2 Objetivos específicos.....	10
1.6 METODOS EMPIRICOS .....	11
1.6.1 La Medición.....	11
1.6.2 La Encuesta .....	12
1.6.3 La Entrevista .....	12
1.7 RESULTADOS ESPERADOS .....	12
1.8 VIABILIDAD .....	13
CAPITULO II	
SITUACIÓN ACTUAL DE CENTROS DE DESARROLLO CORPORAL EN GUAYAQUIL .....	14
2.1 ASPECTOS GENERALES .....	15
2.2 DEFINICION .....	16
2.3 Información Macroeconómico del mercado estudiado.....	17
2.4 CENTROS DE DESARROLLO CORPORAL EN GUAYAQUIL .....	18
2.5 Descripción del Servicio .....	21
2.6 Mercados objetivos .....	25
2.7 Presentación de la Website del Proyecto .....	26
CAPITULO III	
ESTRUCTURA LEGAL Y ORGANIZACIONAL .....	28
3. CONSTITUCION DE LA EMPRESA.....	29
3.1 Marco Legal – Aspectos generales.....	29
a) Proceso de Constitución .....	29
b) Patentes Municipales .....	33
c) Tasa por Registro de Marca y Patentes .....	33

d) Benemérito Cuerpo de Bomberos .....	33
3.2 Características de la Sociedad .....	34
3.2.1 Propiedad Accionaria .....	34
3.3 DESCRIPCION INSTITUCIONAL.....	34
3.4 Misión, Visión, Valores y Objetivos.....	35
3.4.1 Misión.....	35
3.4.2 Visión .....	35
3.4.3 Valores.....	35
3.4.4 Objetivos .....	36
3.5 ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL .....	37
3.6 FUNCIONES .....	38
3.6.1 Administrador .....	38
3.6.2 Contador .....	39
3.6.3 Secretaria recepcionista .....	39
3.6.4 Educadores de las diferentes actividades físicas.....	40
CAPITULO IV	
ESTUDIO E INVESTIGACION DE MERCADO .....	42
4.1 INTRODUCCION .....	43
4.2 OBJETIVO DEL MARKETING.....	44
4.2.1 Nombre Comercial .....	45
4.3 SEGMENTO DEL MERCADO.....	46
4.4 ANALISIS ESTRATEGICO.....	48
4.4.1 Análisis FODA.....	48
4.4.2 Modelo del Triangulo de Servicio.....	53
4.4.3 Modelo Maslow .....	54
4.4.4 Modelo de la Cinco Fuerza de Porter .....	55
4.5 ANALISIS DE MERCADO .....	57
4.5.1 Estudio específico del mercado .....	57
4.5.2 Identificación del mercado potencial.....	58
4.5.3 Descripción de las regiones, segmentos o nichos .....	58
4.5.4 Mercado objetivo y bloque de compradores .....	58
4.6 INVESTIGACION DE MERCADO .....	61
4.6.1 Objetivos de la Investigación de Mercado .....	61
4.6.2 Metodología .....	62
4.6.3 Resultados .....	63
4.7 PERFIL DEL DEMANDANTE B-Fit.....	80
4.7.1 Proyección de la Demanda.....	80
4.7.2 Demanda Proyectada Población .....	82
4.8 ANALISIS DE LA OFERTA.....	82
4.8.1 Análisis de la Oferta del Producto.....	82
4.8.2 Características de la oferta del producto. ....	83
4.8.3 Precio del Producto .....	84
CAPITULO V	
ANALISIS ECONOMICA Y FINANCIERO .....	85
5.1 INTRODUCCIÓN .....	86
5.2 INVERSIONES.....	87
5.2.1 Activos Fijos .....	88
5.3 DEPRECIACION DE LAS INVERSIONES FIJAS.....	91

5.4 FINANCIAMIENTO.....	92
5.4.1 Préstamos Bancarios .....	92
5.4.2 Capital Propio.....	93
5.5 COSTOS DE OPERACIÓN.....	93
5.5.1 Costos de venta .....	93
5.5.2 Costo Generales del Recurso humano.....	94
5.5.3 Gastos de Ventas.....	95
5.5.4 Gastos de Administración.....	96
5.6 PROYECCIONES FINANCIERAS.....	97
5.6.1 Ingresos por concepto de Venta de Membresías.....	97
5.6.2 Estado de Pérdidas y Ganancias.....	98
5.6.3 Estado de Flujo de Caja Proyectado .....	99
5.7 EVALUACIÓN DEL PROYECTO.....	99
5.7.1 Evaluación Financiera .....	99
5.7.2 Indicadores de Flujos de Fondo Efectivo .....	101
5.7.2.1 Valor Presente Neto VPN .....	102
5.7.2.2 Tasa Interna de Retorno (TIR) .....	102
5.8 PUNTO DE EQUILIBRIO .....	103
5.9 ANALISIS DE SENSIBILIDAD.....	104
5.9.1 Variación del precio de venta (Escenario Positivo) .....	105
5.9.2 Variación de las Unidades de venta (Escenario Negativo).....	105
5.9.3 Análisis de sensibilidad .....	106
5.10 Razones Financieras.....	106
CAPÍTULO VI ANÁLISIS SOCIOECONÓMICO E IMPACTO AMBIENTAL .....	108
6.1 ASPECTOS BÁSICOS .....	109
6.1.1 Evaluación Social.....	110
6.2 EVALUACIÓN AMBIENTAL .....	112
6.2.1 Metodologías de Evaluación del Impacto Ambiental.....	112
7. CONCLUSIONES.....	116
8. BIBLIOGRAFÍAS.....	118
9. ANEXOS .....	118

## **INTRODUCCION**

El aeróbic es una actividad asequible a todos. Se trata de un tipo de gimnasia realizada al ritmo de la música, que mejora la resistencia cardiovascular y respiratoria, tonifica y fortalece los músculos, y da mayor movilidad a las articulaciones. Practicar aeróbic sirve como acondicionamiento para todo el cuerpo. Combinando ejercicios de gimnasia y danza con el ritmo de la música resulta una actividad física muy dinámica y atractiva. Además, puede practicarlo cualquier persona si adaptamos el tipo, el ritmo y la intensidad de los ejercicios.

Los ejercicios en un gimnasio, centro de educación física y centro de desarrollo corporal, este ultimo llegan a ser mas creativo y educativo para cualquier individuo ya sea este niño o adulto, cuando sus objetivos y metodología se basan en la expresión, el juego y la recreación desviando al acondicionamiento físico como principal objetivo, pero sin descartar tampoco el cuidado del organismo y de la salud principal objetivo del cliente que consume el servicio de ejercicios físicos.

La O.M.S<sup>1</sup> definió en 1946 la salud como: "Un estado de bienestar físico, mental y social y no sólo como la ausencia de afecciones o enfermedades".

Y aún se da un paso más cuando en Ottawa, en 1986, en el I Congreso Internacional de Promoción de la Salud, se añade un concepto más dinámico: "La capacidad de realizar el propio potencial personal y responder positivamente a los retos del ambiente. Así pues la salud no sólo se limita a la biología y al organismo, sino también al nivel psíquico, implicando un desarrollo de las potencialidades de la persona, y aún más, a la correcta adaptación al entorno y a la sociedad, estando en nuestras propias manos la facultad de hacerlo adecuadamente, empleando los medios necesarios.

---

<sup>1</sup> O.M.S : Organización mundial de la Salud

¿Quién puede decir que se encuentre excelentemente bien en los 3 niveles, físico, mental o social? Todos estos factores cambian constantemente, la biología del ser humano, mente, pensamientos, sociedad, ambiente... todo está en constante cambio dentro y fuera de las personas, desarrollarse, mantenerse en equilibrio y adaptarse, es el objetivo para vivir en salud.

Hoy en día, el entorno hacia el individuo, cambian constantemente, donde los niveles de alimentación, la exposición hacia el estrés, los cambios del clima, son diferentes ingredientes que hacen evolucionar a un cambio negativo en el desarrollo corporal de la persona y porque no también del organismo.

Los gimnasios actuales han hecho de promocionar, año tras año, dos figuras hacia el cliente, que se convence principalmente por la disminución de peso, para obtener un cuerpo esbelto hacia las mujeres, y el aumento de musculatura como principal objetivo de enganche hacia los hombres.

Es por eso, que el cliente por una parte exigente para verse bien, ya no necesita solamente de estos centros de gimnasios, sino ven como una alternativa necesaria, el cuidado de su salud, de su desarrollo del cuerpo, en organismo y físicamente, a través de una muy buena nutrición y ejercicios acorde al estado actual del individuo en el ingreso de este hacia un centro de desarrollo corporal, espacio físico de estudio para el presente proyecto.

**CAPITULO I**  
**MARCO TEORICO**

## 1.1 DEFINICIÓN DEL PROYECTO

La Educación Física, que en sus diversos y complementarios aspectos: Juegos , deportes , Gimnasia, etc., se contempla como parte muy importante e indispensable de la formación integral del ser humano, se ha visto frecuentemente relegada a segundos lugares, precisamente por la errónea interpretación, por parte de los encargados de impartirla, de la categoría de sus enseñanzas.

Aunque las ideales circunstancias para las enseñanzas físico-deportivas son las disponibilidades de instalaciones deportivas completas, por desgracia no es frecuente poder contar con ellas, pero si disponer de un centro de desarrollo corporal y de los medios específicos del mismo, no obstante, los educadores, en sus diferentes categorías docentes de profesores e instructores, no familiarizados con las ayudas y aparatos existentes, no obtendrán el rendimiento deseado de estos.

Hoy en día se necesita un espacio donde no sólo existan máquinas, o un servicio personalizado para cada uno de los clientes, o un paquete promocional que incluya diferentes actividades a un precio accesible, sino que el cliente, al finalizar su sesión deportiva, pueda estar bien con su cuerpo y que se mantenga, a través de una excelente atención personalizada dentro y fuera del gimnasio.

Al margen de las formas clásicas de trabajo en los aparatos deportivos, hoy se debe despertar en el educador físico una cualidad indispensable: la creatividad; existen múltiples posibilidades a realizar con estos aparatos y definitivamente si ayudan al desarrollo corporal y personal del cliente.

Los elementos necesarios para obtener formas no solo son los ejercicios, también la exposición, el desarrollo y la practica de los mismos, tanto individualmente como en grupo, por lo que educador físico en el gimnasio actual debe ser profesor, entrenador, monitor, etc., el que deba buscar las

formulas idóneas para insinuar en las personas la práctica deportiva y el esfuerzo físico debidamente supervisado.

## **1.2. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA**

A pesar de que Guayaquil no cuenta con una información detallada sobre los centros de realización de ejercicios físicos, ni estadísticas acerca de cuantas personas acuden a ellos, y mas aun al no tener ni el conocimiento de las propiedades que ofrece uno de estos centros, se plantea que existe desconocimiento por parte de las mismas personas de que los ejercicios físicos ayudan al organismo, a la piel y a la mente, fundamentales para una salud estable en el futuro.

Hoy en día, los gimnasios se dedican a ofrecer máquinas nuevas, buen ambiente, precios promocionales, disminución de peso, pero no se dedican a un servicio personalizado, con un seguimiento y monitoreo del cuerpo día a día de los clientes que asisten a estos centros.

Es por eso, que aunque el servicio tiene diferentes cualidades y características apropiadas para el desarrollo corporal estas no han sido bien manejadas y explotadas de la mejor manera. No existe información adecuada, hay falta de asesoramiento por parte del instructor físico, no existe un buen canal de comunicación fuera y dentro del centro de desarrollo corporal de manera personalizada, por estas razones el cliente o simplemente se cambia a la competencia o deja de realizar los ejercicios físicos a los que estaba acostumbrado.

### **1.2.1 Causas del Problema**

- Falta de capacitación hacia los instructores o educadores físicos.
- Falta de los implementos adecuados para el buen desarrollo corporal de los clientes.
- No existe infraestructura adecuada, ni los espacios apropiados.
- Pocos nutricionistas realizan seguimientos de los clientes en los gimnasios.
- Falta de un ordenamiento de maquinas con respecto a la persona que evoluciona su cuerpo.
- No existe el interés por parte de un órgano de control como el Ministerio de Deporte que incentive a la asistencia regular de los centros de desarrollo corporal para el bienestar de las personas.

## **1.3. FORMULACION Y SISTEMATIZACION DEL PROBLEMA**

### **1.3.1 Formulación**

¿Cuál es la vía apropiada para reposicionar un servicio que tiene alrededor de 25 años y que aunque ha sido suficientemente explotado y comercializado, no ha sido acompañado de manera sustentable de una atención personalizada para garantizar continuidad de los procesos a favor de todos los que asisten a estos centros?

Este análisis ayuda como empresarios a estar preparados ante los cambios y tendencias que podrían afectar tanto directa o indirectamente al negocio, con respecto a variables de tipo tecnológico, político-económico, legal y sociocultural y que también le podrían afectar directamente al cliente en su entorno y en su relación con un centro de desarrollo corporal.

Por otro lado la mayoría de los gimnasios actuales, se inclina a las variables tipo tecnológico ( maquinas, infraestructura, ejercicios adaptados con relojes de control corporal, monitor pulsímetro usado al caminar, corriendo, o haciendo otros ejercicios), más las variables tipo económico, especialmente cambios en la parte comercial, ( ya sea con el incentivo de un buen precio por un sinnúmero de servicios, ya por el ofrecimiento de la inscripción de dos personas con un descuento promocional ) causando expectativas en el corto plazo,. Sin embargo si a esto no se acompaña de un buen personal que se preocupe directamente del estado físico de los clientes, se perjudica al negocio y se obliga a modificar constantemente las proyecciones de la economía y el ambiente de la empresa que se dedica a los ejercicios económicos.

Por último por un problema de aspecto sociocultural, no se valora el hecho de los ejercicios ayudan no sólo deberían lograr obtener músculos y un cuerpo esbelto, sino que también podrían ayudar a un cambio en el estilo de vida de gran parte de la población, que actualmente busca una vida más sana tanto mental como físicamente y de manera natural.

El estudio también debe aportar al conocimiento de las necesidades y características de los consumidores potenciales; las estrategias de promoción y publicidad, la evolución de la demanda y la oferta, las características de los proveedores, el análisis de los precios, las estrategias de comercialización y la competencia directa e indirecta existente. La información servirá para la toma de decisiones y la conveniencia de continuar o no el proyecto, de replantearlo o modificarlo. Sino se realiza esta investigación de mercado, se puede llegar a producir una crisis en el negocio.

Para determinar los motivos y frecuencias de personas que visitan al centro de desarrollo corporal, es importante conocer cuales serán los diferentes paquetes de ejercicios deportivos que más le interesan al cliente e identificar a partir de esto, el producto-servicio estrella.

Así también se analizará el mercado potencial, quienes previa explicación de la propuesta, llenarán una encuesta que permita definir las tendencias del mercado para dicho producto.

### **1.3.2 Sistematización del Problema**

¿La zona dónde se encontrará ubicado el centro de desarrollo corporal deberá ser cercana a las zonas residenciales con mayores ingresos económicos?

¿Los consumidores llegarán más para un tratamiento corporal que para el desarrollo del cuerpo mismo?

¿Se ha realizado un estudio del comportamiento de demanda del mercado?

¿El slogan deberá contener la imagen del producto con letras en ingles ya que el nivel socioeconómico al que se dirige el proyecto de estudio se estima que tiene conocimientos de ingles?

Todo estudio debe tener un programa que sirva como base para recopilación y análisis de datos, de manera que sea aplicable al problema y utilice los procedimientos más económicos. A esta estructura se la llamará diseño de investigación. El diseño de investigación será descriptivo debido a que se usa para describir las características de una situación o mercado especial y para determinar la frecuencia en que algo ocurre o se relaciona con otra cosa. Existen estudios que describen las características demográficas del consumidor

Para poder estructurar el sector de centros de desarrollo corporal que adquieren algún paquete de tratamiento físico o desarrollo, se utilizara varios métodos, pero para eso, se debe utilizar un proceso para la investigación de mercado.

## **1.4 IMPORTANCIA Y JUSTIFICACIÓN**

El siguiente proyecto tiene como iniciativa el ejercicio físico que no sólo mejore la función mental, la memoria, la rapidez, la "imagen corporal" dando una sensación de bienestar, sino que también produzca una estabilidad en la personalidad caracterizada por el optimismo y agilidad mental.

Los programas de actividad física deben proporcionar relajación, resistencia, fortaleza muscular y flexibilidad. Este esquema se construye a través de una sucesión de experiencias educativas que se promueven mediante la exploración, la práctica y la interiorización, estructurando así el llamado esquema corporal.

Investigaciones muestran que un porcentaje muy alto de las muertes producidas en los países desarrollados pueden ser atribuidas a un estilo de vida sedentario. En el estado de salud de una persona, éste es un factor fundamental que se combina con otros determinantes importantes como la dotación genética, la edad, la situación nutricional, la higiene, salubridad, estrés y tabaco

El propósito de este estudio, no solo es proporcionar conocimiento del proceso de todos los beneficios hacia el cuerpo de una persona mediante ejercicios deportivos, sino también crear el interés que debe tener cada una de las áreas de la empresa, los importantes avances económicos y financieros y la evaluación de proyecto de inversión. Se indica también que en este estudio se tomará en consideración la globalización de los mercados, ya que es muy importante el costo total de la empresa en estudio y el de la competencia. La comercialización de este producto se efectuará a nivel de canales de distribución apropiados para el mismo, introduciéndolo al mercado de la vía a la Costa donde se prevé una demanda activa y atractiva previa la promoción de las características y bondades de los tratamientos cardiovasculares mediante ejercicios corporales.

El trabajo busca incentivar y orientar a inversionistas para el desarrollo de un producto novedoso integral, con lo cual se obtendría una excelente rentabilidad para ellos, así como también ayudaría a reducir en algo la tasa actual de desempleo por las fuentes de trabajo que se generarían.

De acuerdo al estudio que se realizará, se demostrará que los índices de solvencia y liquidez del proyecto son adecuados a partir del período en que empieza la fase de producción, los indicadores financieros demostrarán la bondad de la inversión, cuyo financiamiento dotará a la empresa de suficientes recursos para una normal actividad operacional, así mismo los índices serán satisfactorios y permitirán concluir que la estructura financiera de la empresa, a futuro será sólida en la medida que los resultados propuestos se cumplan.

## **1.5 OBJETIVOS DEL PROYECTO**

### **1.5.1 Objetivo General**

Poner en marcha un centro de desarrollo corporal donde se brinde un servicio que integre tanto el estado físico emocional como el mental; enfocados a ofrecer actividades recreativas para mejorar la calidad de la vida de las personas y por ende a la sociedad; ser siempre innovadores, con un ambiente adecuado y personal profesional debidamente capacitado

### **1.5.2 Objetivos específicos**

- a) Realizar un estudio de mercado que demuestre que existe una oportunidad de negocio en el sector Norte de Guayaquil correspondientes a ejercicios deportivos y desarrollo corporal tanto del organismo como de manera física;

b) Elaborar una propuesta estratégica que ayude a la empresa a sacar provecho al largo plazo de la citada oportunidad;

c) Elaborar un plan comercial, fases de desarrollo corporal y financiero, que hagan viable y rentable a la empresa.

d) Dar un servicio de calidad orientado a atender las necesidades individuales de los clientes proporcionando bienestar, salud y un verdadero compromiso de empresa- cliente, se darán charlas, conferencias y capacitación a todo el personal para poder cumplir los objetivos.

## **1.6 METODOS EMPIRICOS**

Los métodos empíricos permiten obtener y elaborar datos empíricos, revelando y explicando a través de ellos las características fenomenológicas del objeto, estos posibilitan el estudio de los fenómenos observables y la confirmación hipótesis y teorías.

Entre los métodos empíricos se encuentran:

- 1) La medición
- 2) La encuesta
- 3) La entrevista

### **1.6.1 La Medición**

La medición es un proceso dirigido a precisar información numérica acerca de las cualidades del objeto, los métodos estadísticos contribuyen a

terminar la muestra, a tabular los datos empíricos y establecer generalizaciones.

### **1.6.2 La Encuesta**

Es un método de recolección cuyo instrumento se lo conoce como encuesta de datos por medio de preguntas, cuyas respuestas se obtienen en forma escrita, es un método en que se estudian determinados hechos o fenómenos por medio de lo que expresan los sujetos sobre ellos. Generalmente para obtener información a escala masiva y en su mayoría son anónimas.

### **1.6.3 La Entrevista**

Es un método de recolección de información oral, consiste en un diálogo de carácter planificado entre el investigador y los sujetos que son fuentes de información. La entrevista se desarrollará en grupo o en forma individual.

La calidad de la entrevista depende en gran medida del clima amistoso y de buena comunicación que se establezca entre el entrevistado y el entrevistador, debiendo este último cuidarse de no hacer gestos y valoraciones que pueden inhibir al entrevistado.

## **1.7 RESULTADOS ESPERADOS**

El estudio pretende convertirse en una herramienta viable que persiga múltiples objetivos, cuya prioridad es implementar un servicio de calidad, dado por la naturaleza misma del negocio hacia otros sectores de la ciudad de Guayaquil.

Otro de los resultados esperados es que la empresa ayude a dar un conocimiento exacto de donde proviene y que propiedades contiene dicho servicio integral.

Además de esto, se pretende que existan talleres para que los clientes se integren y formen equipos utilizando los avances de la medicina natural, ejercicios y masajes alternativos

## **1.8 VIABILIDAD**

1.- El proyecto en mención es viable, por cuanto existirá el apoyo de las zonas residenciales, colegios en sus alrededores, empresas privadas e instituciones que se encuentren cerca del centro de desarrollo corporal.

2.- Se dará toda la información posible, balances, estado de pérdidas y ganancias, información legal, laboral del centro de desarrollo corporal que servirá de análisis para aplicar el estudio de mejoras para el manejo adecuado de un mercado regional.

3.- Se utilizara Recursos humanos y Económicos para que el trabajo se realice en forma adecuada para así llegar a obtener un servicio personalizado a cada uno de los clientes del centro de desarrollo corporal.

**CAPITULO II**  
**SITUACIÓN ACTUAL DE CENTROS DE DESARROLLO**  
**CORPORAL EN GUAYAQUIL**

## 2.1 ASPECTOS GENERALES

Los primeros centros de desarrollos corporales exteriores nacen primeramente desde los gimnasios en Alemania y que surgieron gracias al trabajo del profesor Friedrich Jahn y el grupo de los Gimnásticos (*Turners*, en alemán), un movimiento político del siglo XIX. El primer centro de desarrollo corporal externo fue, muy posiblemente, el de Hesse, construido el año 1852 y auspiciado por Adolph Spiess, un entusiasta del deporte a las escuelas.

En los Estados Unidos, el movimiento de los *Gimnásticos* apareció a mediados del siglo XIX y a principios del siglo XX. El primer grupo fue formado a Cincinnati, el año 1848, que construyó muchos gimnasios, por jóvenes y adultos, alrededor de Cincinnati y St. Louis, que tenían una buena parte de población de ascendencia germánica.

El apogeo de los gimnasios de las escuelas, los institutos y de las asociaciones cristianas fueron eclipsando el movimiento de los *Gimnásticos*. El gimnasio de la Universidad de Harvard, del año 1820, se considera el primero de los Estados Unidos. Como la mayoría de los gimnasios de la época, estaba equipado con aparatos y máquinas para realizar ejercicio. La academia militar de los Estados Unidos también construyó un gimnasio a West Point, de la misma manera que lo hicieron muchos institutos y campus universitarios.

La Asociación Cristiana de Jóvenes (*Young Men's Christian Association, YMCA*) apareció en Boston el año 1851. Diez años más tarde, unas doscientas YMCA estaban repartidas por todo el territorio. La mayoría de ellas tenían su propio gimnasio para hacer deporte y jugar.

Los años 20 fueron una década muy próspera en el que tiene a ver con la construcción de grandes escuelas y gimnasios. A lo largo del siglo XX, los gimnasios fueron evolucionando como concepto, hasta llegar a los gimnasios de máquinas, aparatos y ejercicios guiados de la actualidad.

En España, la mayor parte de centros siguen este concepto, añadiendo el aprendizaje de artes marciales, natación y técnicas de defensa personal dentro de estos recintos.

## **2.2 DEFINICION**

Un centro de desarrollo corporal es un lugar que permite realizar deporte y ejercicios físicos más el cuidado del organismo en un espacio cerrado.

El origen de este centro, viene primeramente de los gimnasios que se deriva de la palabra griega *gymnos*, que significa desnudo. La palabra griega *gymnasium* significa "lugar donde ir desnudado", y se utilizaba en la Antigua Grecia para denominar el lugar donde se educaban los chicos jóvenes. En estos centros se realizaba educación física, que se acostumbraba a practicar sin ropa, de la misma manera que los baños y los estudios.

Para los griegos, la educación física era tan importante como el aprendizaje cognitivo. Muchos de estos *gimnasios* griegos tenían bibliotecas que se podían utilizar después de un baño relajado.

Para concebir la empresa en estudio, me basé en la franquicia que existe en México, y que cuenta en la actualidad con 15 unidades, al cual se llama centro de evolución corporal, y que se ha especializado en la belleza y la salud tanto de hombres como de mujeres y adolescentes. Lo interesante de esta franquicia es que proyecta la idea de que se puede encontrar en un sólo lugar una solución para problemas de belleza o salud corporal de manera personalizada, dándole seguimiento, monitoreo y control.

### **2.3 Información Macroeconómico del mercado estudiado**

De acuerdo a información oficial recogida de las entidades gubernamentales como Ministerio de Economía, Comercio Exterior, Turismo, etc., el Ecuador es un Estado Social de Derecho, Soberano, Unitario, Independiente, Pluricultural, Multiétnico, Presidencial, Representativo y Participativo. País democrático que cuenta con una población de aproximadamente 13'687.676 millones de habitantes, de los cuales el 55% corresponde a la raza mestiza, el PIB 2008 fue de \$23,530 millones, el PIB per capital es de \$1,704, la Inflación fue de 8.83% anual, el desempleo corresponde al 11.3% Nacional, el subempleo al 58.8% Nacional.

Según el Ministerio de Economía, del total de la población, el 50.5% son mujeres, mientras el restante 49.5% son hombres, los cuales se distribuyen en las siguientes edades: el 33% tiene entre 0 y 14 años, el 20% entre 15 y 24 años, el 27% entre 25 y 44 años, el 13% entre 45 y 64 años, y el 7% entre 65 y + años.

Con respecto al total de la Población Económicamente Activa (PEA), 3'560,484, se ubicaron en el sector primario, 1'289,750, en el sector secundario, 774,813, en el sector terciario 2'077,613 y sin especificar 416,796.

Las industrias más importantes del país son el petróleo, industria de alimentos, telas y tejidos, productos de papel, productos de madera, productos químicos, plásticos, industria pesquera, madera para construcción. En exportación se cuenta con una variedad de productos como banano, café, cacao, productos lácteos, camarones, atún, frutas tropicales, entre otros.

Este análisis ayuda a observar que los empresarios deben de estar preparados ante los cambios y tendencias que afecten tanto directa o indirectamente en el proyecto en estudio, no sólo con relación a variables de tipo tecnológico,

político-económico, legal y sociocultural, sino darle un valor agregado a un centro del cuidado físico hacia el individuo de manera personalizada.

## 2.4 CENTROS DE DESARROLLO CORPORAL EN GUAYAQUIL

Actualmente existen 604 centros de desarrollos corporales<sup>2</sup> y 720 centros estéticos en Guayaquil, de los cuales existen 24 que son competencia directa, ya que el centro de desarrollo corporal en estudio, se dirige a personas de nivel socio económico medio, medio alto, y alto. A continuación se detalla por sectores, la clasificación de los niveles socioeconómicos según el INEC<sup>3</sup>.

**Tabla 2.1. Clasificación según Nivel Socioeconómico**

NIVEL SOCIOECONÓMICO	LUGARES
A	Ceibos, Puerto Azul, Sta. Cecilia, Urdesa Central, Kennedy Norte, Centenario y Samborondón.
B+	La Garzota, Kennedy, Urdesa Norte
B típico	Alborada, Sauces, Guayacanes

Fuente: INEC (2002)

A partir de la clasificación de estos sectores, se mencionará a los centros de desarrollo corporal que se encuentren en el mercado meta y a los

<sup>2</sup> Piedad Calderón Iturralde, Washington Landy Aldaz, Jéssica Orozco Holguín, Jorge Miranda. **PROYECTO DE INVERSIÓN Y DESARROLLO DE UN CENTRO DE CUIDADO DE IMAGEN Y SALUD CORPORAL FITNESS SPLASH, INCORPORANDO LA TÉCNICA "FITNESS ACUATICO" EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL, 2003.Espol.**

<sup>3</sup> Instituto Nacional de Estadística y Censos del Ecuador.

cuales acuden que acuden personas que primordialmente provienen de un nivel socioeconómico medio, medio alto y alto.

**Tabla 1.2 Gimnasios según nivel socioeconómico acorde al Proyecto.**

	Nombre del Gimnasio	Dirección
1	GimTonic	C.C Alban borja
2	Myriam s Gym	C.C Urdesa, Las Lomas y calle 1era
3	Hyper gym	Urdesa
4	Mantra Gym	Ceibos
5	Meds Ecuador	Aventura Plaza
6	Holograf Fitness&Health	Urdesa
7	Life Gym Bike	C.C. La Torre Km 1 1/2 via Samborondon
8	Curves	Av Francisco de Orellana - World Trade Center
9	Curves	Av. Las Monas C.C Aventura Plaza
10	Pilates Gym	C.C Urdesa
11	Centro Integral Ollantay	Tungurahua 508 entre 9 de Octubre y Hurtado
12	Carlos & Misha	Alborada 8ava Etapa
13	Becuvi Gimansio y Spa	Malecon 714 y roca
14	Gimansio Formas & Siluetas	Av Ernesto Alban 409 y Av 25 de Julio
15	Pilates Rooms	Edifico Equilibrium
16	Gimansio Eduardo sanchez	Cañar 1116 y Villavicencio
17	Gimnasio Nautilus Guayaquil	Kenedy Vieja - Calle unica 100 y Av. Del Periodista
18	Harry Dance Gym	Alborada 2da etapa
19	Academia de Natacion Jorge Delgado	Alborada 7ma etapa
20	Flip Flap	Km 1.5 via Samborondon
21	Gold's Gym	Edificio World Trade Center
22	Pilates Tama Di tella	Km 1 via Samborondon
23	Curves	Barrio del Centenario
24	Maxy Gym	Cida Los Almendros

Fuente: Páginas amarillas.

Estos centros de desarrollo corporal se encuentran localizados en sitios donde viven familias con ingresos económicos medios, medios altos y altos. Esto permite ver la dura competencia que existe en este mercado ya que día a día se implementan nuevos tipos de servicios. Los servicios que ofrecen los gimnasios actualmente en la ciudad de Guayaquil son los siguientes:

- Aeróbicos en pista
- Básico sincronizado
- Tae-bo
- Steps
- Tai –chi
- Kick Boxing
- Máquinas
- Servicios complementarios
- Baile
- Vapor y sauna
- Masajes

Los centros de desarrollo corporal de esta ciudad desarrollan rutinas de ejercicios que demandan mucho tiempo y esfuerzo. Por otro lado las personas de hoy en día que viven en ciudades grandes tienen un ritmo de vida muy acelerada y en gran porcentaje se desprecupan de su apariencia física, produciendo graves daños para su salud. Por ello, los que valoran su vida deben encontrar el tiempo para de alguna manera hacer ejercicio y mantenerse en forma.

En estos últimos años, el sector está en auge. La salud y el bienestar irrumpen con fuerza en el mercado ecuatoriano y los centros de desarrollo corporal están por doquier. .

Pasar un fin de semana en un hotel con spa, ir al gimnasio para hacer una sesión de sauna e hidromasaje o someterse a un tratamiento de aromaterapia ya no es un capricho de gente con dinero. Está al alcance de todos, pero no sólo porque los precios de estos servicios son cada vez más accesibles sino porque la gente está cada vez más preocupada por su salud y está dispuesta a gastarse el dinero en ello.

Los centros de desarrollo corporal también se han sumado a la revolución del bienestar y han dejado de ser centros para desarrollar los músculos, llegando a ser sitios donde la salud del cliente es lo más importante.

El centro de desarrollo corporal que pretendemos crear será de última generación, y allí se incluirá, zonas de relax (yoga), fortalecimiento (spinning y Pilates), y defensa personal (tae-bo).

## **2.5 Descripción del Servicio**

El Centro de desarrollo corporal BFIT tiene como primer objetivo dar respuesta a las necesidades de actividad física y relajación en un enfoque holístico que hoy día se tiene como medio para mantener el equilibrio personal, alterado con frecuencia por el ritmo que los impone la vida cotidiana.

Los tratamientos ofrecidos tienden a la personalización basada en la demanda de cada cliente, de forma que cada persona obtenga aquello que más le interese y beneficie en cada momento. Se contará con gran variedad de actividades tales como spinning, aeróbicos, baile, yoga, Pilates, tae - bo y Kick-Boxing con modernas instalaciones y técnicos de fitness altamente calificados.

**Spinning:** Incluye a todo ciclismo fijo que se realice en un lugar cerrado por lo que es llamado también ciclismo puertas adentro. Consiste en un grupo inmóvil haciendo uso de bicicletas especiales conducido por un instructor certificado. Este ejercicio puede ser realizado por personas de todas las edades y niveles de aptitud.

## Figuras 2.1 Centro de Desarrollo Corporal



Esta bicicleta permite una amplia gama de movimientos generalizados y proporciona la capacidad de poseer una mente sana al igual que el cuerpo acompaña cada movimiento.

**Aeróbicos:** El trabajo aeróbico es el más sano y recomendable tanto para personas que buscan mantener su forma física como para la preparación de jóvenes deportistas, ya que el trabajo o gimnasia aeróbica permite trabajar a un ritmo cardíaco y un ritmo respiratorio que se puede mantener durante bastante tiempo sin llegar a la extenuación. Se mejora así el sistema cardiovascular de la persona.

**Baile:** Es considerada la solución perfecta de encontrar una forma de divertirse y hacer ejercicio al mismo tiempo. Tiene múltiples beneficios: quema

grasas, disminuye el estrés, tonifica los músculos y mejora el equilibrio y la coordinación.

Esta actividad estaría dirigida por un instructor calificado abarcando todos los géneros musicales.

**Yoga:** Es un ejercicio de meditación en busca de la cura y la paz, dirigido a personas de cualquier edad. Brinda mayor bienestar, y busca el desarrollo de la flexibilidad en el cuerpo y en la parte estética. Intenta crear los principios para armonizar el cuerpo con la mente y el espíritu. El yoga se basa también en la ética y la disciplina personal.

Esta actividad tiene una gran demanda por lo que es indispensable en la empresa en estudio, ofrecer un servicio completo a los clientes.

**Pilates:** Ejercicio basado en la disciplina que ayuda a formar y fortalecer la masa muscular, la movilización con el fin de lograr mayor resistencia física.

Sus resultados son corroborados por médicos especialistas, fisioterapeutas y entrenadores físicos a lo largo de los años.

Ofrece beneficios a nivel mental y espiritual ya que la práctica constante relaja y fortalece el cuerpo y la mente poniendo especial énfasis en las actitudes y valores de cada individuo.

**Figura 2.2 Ejercicios Mentales, Espirituales y físicos.**



**Tae-bo:** El Tae-Bo es un ejercicio resultado de la fusión de un arte marcial ancestral y un deporte contemporáneo: el Tae-Kwon-Do con el Box, acompañados de música para hacer de él una clase aeróbica. Esta nueva forma de ejercicio utiliza, al ritmo de música dance, los golpes con los puños del Box y las patadas de las artes marciales, pero sin el enfrentamiento con un oponente.

Por ser una disciplina fácil de practicar y que pone en forma de manera divertida, se ha convertido en la favorita de quienes buscan una actividad distinta para llenarse de energía y combatir el estrés

## **2.6 Mercados objetivos**

La empresa estará tentativamente ubicada en el Km. 6 vía a la costa en la Piazza Ceibos (frente al Riocentro los Ceibos). Abarcando las ciudadelas Los Ceibos, Miraflores, Los Parques, y todas las Urbanizaciones que queden Vía a la costa, aprovechando los desplazamientos demográficos que se están dando actualmente para este sector de la ciudad.

A continuación se detalla todas las actividades que se realizara en el centro desarrollo corporal.

**Tabla 1.3 Horario de Atención en el Centro de Desarrollo Corporal**

**AEROBICOS**

HORARIO	LUNES	MARTES	MIERCOLES	JUEVES	VIERNES	SABADO
6:00 - 7:00	TAE-BO	TAE-BO	TAE-BO	TAE-BO	TAE-BO	TAE-BO
7:00 - 8:00	STEP	AEROBICOS	STEP	AEROBICOS	STEP	AEROBICOS
8:00 - 9:00	TAE-BO	TAE-BO	TAE-BO	TAE-BO	TAE-BO	TAE-BO
10:00 - 11:00	YOGA	PILATES	YOGA	PILATES	YOGA	PILATES
11:00 - 12:00	AEROBICOS	STEP	AEROBICOS	STEP	AEROBICOS	STEP
12:00 - 13:00	STEP	AEROBICOS	STEP	AEROBICOS	STEP	AEROBICOS
15:00-16:00	PILATES	YOGA	PILATES	YOGA	PILATES	YOGA
16:00- 17:00	STEP	AEROBICOS	STEP	AEROBICOS	STEP	AEROBICOS
17:00-18:00	AEROBICOS	STEP	AEROBICOS	STEP	AEROBICOS	STEP
18:00-19:00	KICK BOXING					
19:00-20:00	STEP	STEP	STEP	STEP	STEP	STEP
20:00-21:00	TAE-BO	TAE-BO	TAE-BO	TAE-BO	TAE-BO	TAE-BO
21:00-22:00	BAILE	AEROBICOS	BAILE	AEROBICOS	BAILE	AEROBICOS

**SPINNING**

HORARIO	LUNES	MARTES	MIERCOLES	JUEVES	VIERNES	SABADO
6:00 - 7:00	COLINAS Y FUERZA MAXIMA	INTERVALOS	A FONDO	COLINAS Y FUERZA MAXIMA	INTERVALOS	A FONDO
8:00 - 9:00	INTERVALOS	A FONDO	COLINAS Y FUERZA MAXIMA	INTERVALOS	A FONDO	COLINAS Y FUERZA MAXIMA
11:00-12:00	A FONDO	COLINAS Y FUERZA MAXIMA	INTERVALOS	A FONDO	COLINAS Y FUERZA MAXIMA	INTERVALOS
18:00-19:00	INTERVALOS	COLINAS Y FUERZA MAXIMA	A FONDO	INTERVALOS	COLINAS Y FUERZA MAXIMA	A FONDO
20:00-21:00	COLINAS Y FUERZA MAXIMA	A FONDO	INTERVALOS	COLINAS Y FUERZA MAXIMA	A FONDO	INTERVALOS

Elaborado: La autora

Elaborado: La autora

## 2.7 Presentación de la Website del Proyecto

Además de buenos ejercicios físicos y mentales, y de un buen control de su organismo con el apoyo de un nutricionista, las personas que sean socias de este centro de desarrollo corporal tendrán la oportunidad de acceder a una página virtual del proyecto en estudio.

Grafico 2.3 Website de B-fit empresa en estudio



Elaborado: La autora

En esta página, se puede observar, los servicios que ofrecen en el centro de desarrollo corporal B-fit, quienes lo integran, las ventas de artículos deportivos y además un seguimiento y monitoreo personalizado de los niveles de nutrición, peso, ejercicios realizados, etc.

**CAPITULO III**  
**ESTRUCTURA LEGAL Y ORGANIZACIONAL**

### **3. CONSTITUCION DE LA EMPRESA**

#### **3.1 Marco Legal – Aspectos generales**

El centro de desarrollo corporal deberá cumplir con los siguientes documentos técnicos:

- ✓ Aprobación de planos
- ✓ Impuesto predial al día
- ✓ Cuerpo de bomberos
- ✓ Escritura del terreno

Requisitos del control sanitario:

- ✓ Eliminación de excretas aguas servidas y aguas fluviales
- ✓ Abastecimiento de agua para uso humano
- ✓ Eliminación de sustancias nocivas o peligrosas para la salud
- ✓ Evitar la contaminación ambiental

#### **a) Proceso de Constitución**

La constitución de las compañías es el contrato que se eleva a escritura pública, aprobada por el Juez de lo Civil y por la Superintendencia de Compañías.

De acuerdo con la Ley de Compañías y el instructivo expedido por la indicada Superintendencia, la constitución de una persona jurídica y su domiciliación en el país se inicia con la reserva de denominación, la apertura de cuentas de integración, el otorgamiento de escritura pública por parte de la Notaría y la aprobación en la Superintendencia, que después continúa con los pasos señalados en el esquema de tiempos y valores hasta concluir, en todos los casos, con la inscripción en el Registro Mercantil.

Una compañía limitada, de acuerdo a la Superintendencia de Compañías es la que contrae entre dos o más personas, que solamente responden por las obligaciones sociales hasta el monto de sus aportaciones individuales si hacen el comercio bajo una razón social o denominación objetiva.

Para constituir la compañía conforme a las instrucciones de la Superintendencia de Compañías, el trámite para la constitución de una compañía anónima, debe seguir los siguientes pasos:

- Elaboración y presentación ante la Superintendencia, para la formulación de observaciones, de la minuta de escritura pública, que contenga el contrato constitutivo, el estatuto social y la integración del capital.
- Además de contar con un depósito en una cuenta de integración, abierta en un banco como depósito de plazo mayor, del capital en numerario que haya sido suscrito y pagado: y, cuando se aportan bienes, avalúo de los mismos.
- La empresa deberá afiliarse a la cámara de la producción que corresponda al objeto social, y autorizaciones que se requieran en los casos especiales que determine la ley.
- Otorgamiento de la escritura pública de constitución.
- Solicitud de aprobación, de la constitución de la compañía, dirigida al Superintendente de Compañías, adjuntando tres copias certificadas de la escritura respectiva.
- Aprobación mediante resolución expedida por la superintendencia.

- Protocolización de la resolución aprobatoria.
- Además, la empresa deberá hacer la Publicación en un diario de la localidad del extracto de la escritura y de la razón de la aprobación.
- Debe sujetarse a la inscripción en el Registro Mercantil, en el registro de sociedades de la Superintendencia y en el Registro Único de Contribuyentes.
- Designación de los administradores de la compañía por la junta general, que se reunirá inmediatamente después de la Inscripción en el Registro Mercantil del nombramiento de los administradores con la razón de la aceptación del cargo.

A continuación se detallan, en la tabla 3.1, las características de una compañía limitada.

**Tabla 3.1 Características de una Compañía Limitada**

Responsabilidad Limitada			
Son	Estas compañías constituyen <b>PERSONAS JURÍDICAS</b> .		
Constitución	El principio de existencia de esta compañía es la fecha de inscripción del contrato social en el Registro Mercantil.		
Domicilio	Estará en el lugar en el que se determine el contrato.		
	Si se constituye en el Ecuador su domicilio principal será en territorio nacional		
Razón Social	Su nombre acompañado de su abreviatura con la denominación objetiva de la compañía Limitada		
Organización Interna de las Sociedades o Compañías	<b>Tienen tres funciones:</b> Función Legislativa confiada a la Junta General de Accionistas o Socios-; Función Ejecutiva encargada a los Directorios, Consejos de Administración y Administradores; y, Función Judicial confiada a los Consejos de Vigilancia, a los		
Responsabilidad de las compañías mercantiles	<table border="1"> <tr> <td>A que se limite su responsabilidad al monto de sus participaciones sociales,</td> <td>Los fundadores y promotores son responsables, solidaria e ilimitadamente, frente a terceros, por las obligaciones que contrajeran para constituir la compañía, salvo el derecho de repetir contra ésta una vez aprobada su constitución.</td> </tr> </table>	A que se limite su responsabilidad al monto de sus participaciones sociales,	Los fundadores y promotores son responsables, solidaria e ilimitadamente, frente a terceros, por las obligaciones que contrajeran para constituir la compañía, salvo el derecho de repetir contra ésta una vez aprobada su constitución.
A que se limite su responsabilidad al monto de sus participaciones sociales,	Los fundadores y promotores son responsables, solidaria e ilimitadamente, frente a terceros, por las obligaciones que contrajeran para constituir la compañía, salvo el derecho de repetir contra ésta una vez aprobada su constitución.		
Ejercicio Económico	Terminará cada 31 de Diciembre. siguiendo las normas establecidas en la Ley de Compañías y en los reglamentos correspondientes expedidos por la Superintendencia de Compañías		
Acciones	Las acciones son indivisibles. En el caso de que hayan dos o más personas representando a una acción deberán de escoger un apoderado sea por voluntad propia o con ayuda de un juez.		
Máximo Organismo	Las juntas generales son ordinarias y extraordinarias y se reunirán en el domicilio principal de la compañía, previa convocatoria del administrador o gerente a través de medios de publicación principal del país.		
	Las <b>Juntas Ordinarias</b> se reunirán al menos una vez al año, dentro de los tres meses posteriores a la finalización del ejercicio económico de la compañía.		
	Las <b>Juntas Extraordinarias</b> podrán ser en cualquier época en que fueren convocadas.		
Personas habilitadas para ser Administradores de la Compañía	Toda persona con capacidad civil para contratar, excepto aquellas que la Ley de Compañías los declare incapaces especiales para serlos, tales como banqueros, arrendatarios, constructores o suministradores de materiales por cuenta de la misma.		
Capital	Las aportaciones pueden ser en numerario (dinero) o en especie (muebles, inmuebles o intangibles) y, en este último caso, consistir en bienes muebles o inmuebles que correspondan a la actividad de la compañía.		
Cuenta de Integración	Se hará aporte en dinero, mediante depósito en una cuenta especial de la empresa en formación, la misma que será abierta en un banco bajo la designación especial de "Cuenta de Integración de		
Balances	Debe llevarse la contabilidad en moneda nacional y en idioma castellano		
Responsabilidad de los Socios Administradores	Responden hasta el monto de sus participaciones o del capital aportado.		
	La responsabilidad de los administradores por actos u omisiones no se extiende a aquellos que, estando exentos de culpa, hubieren hecho constar su inconformidad, en el plazo de diez días a contarse de la fecha en que conocieron de la resolución y dieron n		
	La responsabilidad de los administradores frente a la compañía quedará extinguida: <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Por aprobación del balance y sus anexos, excepto cuando:                             <ol style="list-style-type: none"> <li>a) Se lo hubiere aprobado en virtud de datos no verídicos; y,</li> <li>b) Si hubiere acuerdo expreso de reservar o ejerce</li> </ol> </li> </ol>		

Elaborado: La Autora

## b) Patentes Municipales

El inicio de una actividad comercial o industrial en el País requiere de la inscripción en registros de la Municipalidad en cuya jurisdicción se encuentra domiciliada la empresa, junto con el pago de la patente anual que establece la Ley de Régimen Municipal.

**Tabla 2. Patentes Municipales**

Patrimonio Neto o Capital	Valor anual <sup>1</sup>		
	Quito <sup>2</sup>	Guayaquil	Cuenca
Hasta \$24,000	de \$10.47 a \$528.00	\$6.00 a \$12.00	de \$1.00 a \$72.
De \$24,001 en adelante	2.2%	0.05%	\$72.60 a \$658.60
Más de \$1,000,000	2.2%	0.05%	\$658.60 + 0.04% <sup>3</sup>
Pago máximo	\$1,200.00	\$2,880.00	

Notas: <sup>1</sup> A estos valores se añade el 10% para el servicio de bomberos.  
<sup>2</sup> Los valores varían según la actividad económica (Línea de Giro) y zonas de ubicación.  
<sup>3</sup> Sobre lo que excede de \$1,000,000.

\*Elaborado: La autora -Datos *Municipio de Guayaquil*

## c) Tasa por Registro de Marca y Patentes

El Instituto Ecuatoriano de la Propiedad Intelectual (IEPI) es el organismo administrativo competente para propiciar, promover, prevenir, proteger y defender, a nombre del Estado Ecuatoriano, los derechos de propiedad intelectual reconocidos en la Ley y en los tratados y convenios internacionales

## d) Benemérito Cuerpo de Bomberos

Se requiere la obtención de la tasa de servicios de prevención contra incendios la cual debe ser solicitada en la ventanilla de Cuerpo de

Bomberos ubicada en la Cámara de Comercio de Guayaquil, para luego cancelar la tasa correspondiente.

### 3.2 Características de la Sociedad

**B- FIT** es una Compañía Limitada cuyo capital está formado al 100% por aportes de sus accionistas Katherine Sánchez Baquerizo y Jessica Lozada.

#### Denominación Objetiva

*“B- FIT Cia Ltda.”*

Ciudad: Guayaquil

Provincia: Guayas

Dirección: Piazza Ceibos, Km. 6 ½ vía a la Costa

Teléfonos: 2883132 – 2381185

#### 3.2.1 Propiedad Accionaria

Tabla 3.1 División Accionaria

CENTRO DE DESARROLLO CORPORAL B-FIT Cia Ltda.		
PROPIEDAD ACCIONARIA		
No.	Nombre	% Accionario
1	Jessica Lozada Sánchez	50,00%
2	Katherine Sánchez Baquerizo	50,00%

Elaborado: La Autora

### 3.3 DESCRIPCION INSTITUCIONAL

La idea de la empresa nace de una necesidad personal de encontrar un lugar, donde se pueda combinar el ejercicio físico y mental, lo que incentiva a

investigar este mercado, encontrando un nicho específico, donde se tiene la oportunidad de llevar a cabo este proyecto.

### **3.4 Misión, Visión, Valores y Objetivos**

#### **3.4.1 Misión**

“ Somos una empresa de servicios dirigida a la mujer y el hombre moderno para satisfacer sus necesidades personales, brindando un bienestar integral a través del equilibrio entre el cuerpo y alma utilizando alternativas que integren el estado físico, emocional y mental de la persona, convirtiéndolo en una norma de vida, positivo para sus aspiraciones en la sociedad.”

#### **3.4.2 Visión**

“Convertirnos en una empresa líder a nivel nacional de cuidado personal en la búsqueda de mejoras en el segmento del desarrollo corporal, que privilegie al esfuerzo físico relajado en un ambiente distendido<sup>1</sup>; estableciendo un nuevo concepto de una forma de vida con un enfoque 100% natural.

#### **3.4.3 Valores**

- Profesionalismo
- Honestidad
- Compromiso
- Disciplina
- Pulcritud

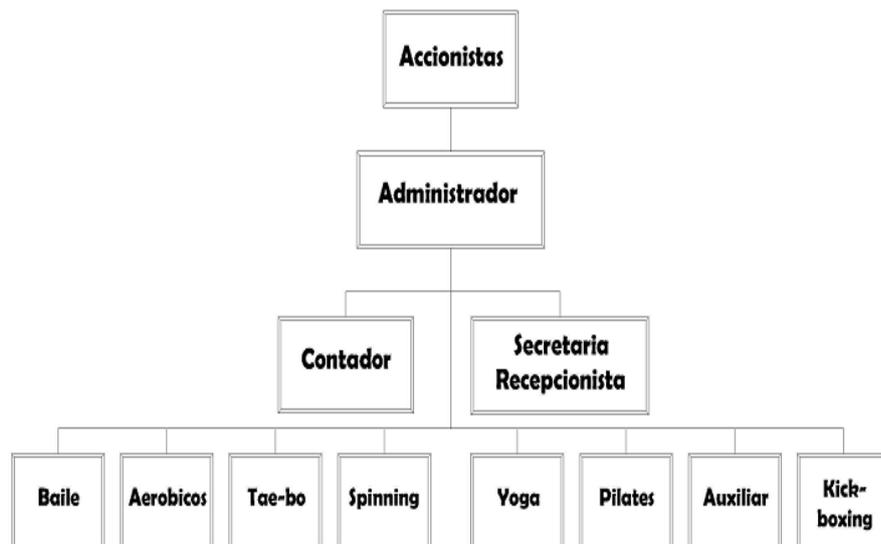
#### **3.4.4 Objetivos**

- a) Ayudar a los clientes a mejorar su calidad de vida a través de una buena salud y el cuidado en su estado físico,
- b) Satisfacer a los clientes al recibir sesiones, terapias o cualquiera de los servicios.
- c) Elevar cada vez la demanda de los servicios innovando constantemente y estar a la vanguardia de nuevos métodos y avances en todo lo que respecta al estado físico de las personas.
- d) Capacitación continúa al personal.
- e) Brindar mecanismos que mantengan el cuerpo sano
- f) Elevar la autoestima y el entusiasmo de los clientes
- g) Atención personalizada virtualmente a todos los clientes de cada uno de los ejercicios y asistencias que realiza el cliente.
- h) Establecer paquetes promocionales que contemple los ejercicios físicos, el nivel de nutrición que debe realizar y los implementos deportivos acorde al ejercicio.

### 3.5 ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL

La finalidad de una estructura organizacional es establecer un sistema de papeles que han de desarrollar los miembros de una entidad para trabajar juntos de forma óptima y que se alcancen las metas fijadas en la planificación.

**Grafico 3.1 Estructura Organizacional**



Elaborado por: la Autora

La principal característica es que se valora al máximo la responsabilidad de cada escalón jerárquico, con lo que se adquirirá una perfecta especialización de trabajo asignado, además de permitir una estructura física que comprende el área principal de administración en las propias instalaciones y una oficina con dos ventanillas donde se encontrará un computador y una base de datos actualizada para verificar los socios del gimnasio que se

encuentran o no al día en sus pagos y la revisión de su nivel de nutrición y ejercicios diarios que realizan guardado en la base y a la vez en el Internet.

## **3.6 FUNCIONES**

### **3.6.1 Administrador**

- Establecer los objetivos de la empresa y, luego, programar, en el espacio y en el tiempo, las acciones y pasos que se consideren necesarios para alcanzar esos objetivos, mediante una planificación estratégica.
- Llevar un presupuesto para distribuir y asignar, los recursos (en especial financieros) que sean necesarios para que las acciones y pasos programados se ejecuten.
- Mediante una buena organización de crear y mantener operando eficazmente las estructuras operativas y funcionales que permitan cumplir lo planificado.
- Darle al personal las estructuras operativas, delegar, definir normas de trabajo, establecer procedimientos que sirvan de guía al personal, establecer los métodos y sistemas que permitan controlar sus comportamientos.
- Controlar mediante la verificación de los resultados, comparándolos con lo previsto en la planificación.

- Ser solucionador de problemas, determinando las desviaciones que se produzcan entre el plan y lo realizado y, luego, prever y organizar la solución de esos problemas, adoptando las medidas a que haya lugar.
- Tendrá firma autorizada y se encargará de firmar los cheques de la nómina.

### **3.6.2 Contador**

- El contador de la empresa se encargará de:
- Elaborar la información financiera que refleja el resultado de la gestión. Diseñar sistemas de información (contable y gerencial) mejorándolos y documentándolos.
- Toda la parte contable de la empresa
- Elaborar los estados financieros y la nómina de sueldos.
- Analizar la información obtenida.
- De que cada cuenta contable tenga los datos correctos
- Analizar los resultados económicos, detectando áreas críticas y señalando cursos de acción que permitan lograr mejoras.
- Asesorar al administrador en planes económicos y financieros, tales como presupuestos.

### **3.6.3 Secretaria recepcionista**

- La secretaria estará encargada de las siguientes funciones:
- Contestar todas las llamadas en general
- Estar al día con la información del Centro de Salud B - FIT, en horarios, precios, promociones, etc., contando con todos los recursos de información para ofrecer a los clientes.
- Recibir la correspondencia diaria
- Facturar y llevar control del cumplimiento de pago de los socios

- Emitir y entregar los cheques de los roles de pago.
- De las ventas que se realicen en un pequeño local de ropa y accesorios deportivos.
- De receptar las sugerencias de los clientes, procesarlas y ponerlas a consideración de su jefe inmediato.

#### **3.6.4 Educadores de las diferentes actividades físicas**

- Conocimiento del ejercicio o actividad física.
- Conocimientos en Estilos de Vida Saludable, Estrés, Postura, Recreación, Primeros Auxilios, Actividad Física,
- Ejercicios para la Tercera Edad,
- Conocimientos en Prevención de accidentes deportivos
- Ergonomía
- Conocimiento en Anatomía muscular y ósea: Con especial interés en las funciones musculares, en el análisis de los músculos complementarios y antagonistas
- Musculación general: Una explicación sencilla pero completa sobre los diferentes sistemas para mejorar la musculatura, sean cuales sean los equipos disponibles.
- Nutrición deportiva: Todos los secretos para conseguir la dieta de la súper-energía que toda práctica deportiva requiere. Indicaciones sobre la utilidad de los principales alimentos y bebidas según el deporte que se practique.
- Conocimientos de Elasticidad: Los ejercicios de elasticidad suponen ya una práctica tan cotidiana como el mismo acondicionamiento físico. Los estiramientos, junto con la elasticidad y flexibilidad, constituyen el mejor sistema para conseguir hacer de un deportista y campeón.
- Preparación física.

Las personas que se contrate, deberán ser personas que estén dispuestas a:

- Dar una buena imagen desde los uniformes bien limpios y el aseo de cada uno de los profesores de educación física.
- Dar atención personalizada y darle un lugar de importancia.
- Actualización. Renovarse continuamente y esforzarse por buscar opciones para brindarle al cliente, en lo que al servicio se refiere.

Únicamente así se logrará incrementar no sólo la cantidad sino también la calidad de clientes.

**CAPITULO IV**  
**ESTUDIO E INVESTIGACION DE MERCADO**

## 4.1 INTRODUCCION

La implantación del proyecto en un periodo de tiempo determinado está sujeta a un estudio del mercado, el cual busca probar que exista un número suficiente de consumidores o usuarios, que cumplan con los requisitos para constituir una demanda que justifique la implementación del presente proyecto y, además, permita establecer la capacidad transportadora que se requiere para la adecuada prestación de los servicios y la estimación de la demanda potencial que estaría dispuesta a usar los servicios a determinados precios.

El estudio también aportará con el conocimiento de las necesidades y características de los consumidores potenciales; las estrategias de promoción y publicidad, la evolución de la demanda y la oferta, las características de los proveedores, el análisis de los precios, las estrategias de comercialización y la competencia directa e indirecta existente. La información servirá para la toma de decisiones y la conveniencia de continuar o no el proyecto, de replantearlo o modificarlo.

Para determinar los motivos y frecuencias de traslado de mercancías, es importante conocer cuales son los ejercicios que el consumidor desea realizar en el centro de desarrollo corporal, a la hora de adquirir el servicio de progreso físico, y a la vez es necesario hacer un análisis de mercado existente.

Así también se analizará el mercado potencial, quienes previa explicación de la propuesta, llenarán una encuesta que permita definir las tendencias del mercado del servicio al progreso físico de las personas.

Esta investigación está orientada a conocer si los habitantes de la ciudad de Guayaquil se sentirán atraídos por el estilo que B-Fit va a implementar en el centro de cuidado de imagen y desarrollo corporal, con la variedad de opciones que se ajusten a las necesidades de los potenciales clientes del área

El mercado al cual va a estar dirigida la investigación de mercados son los habitantes de la ciudad de Guayaquil cuyas edades oscilan entre 15 y 70 años, y cuyo nivel socioeconómico comprende A, B+ y B típico (tabla 1), pero para evitar el sesgo, se ha agrupado estos términos, sólo en tres niveles socioeconómicos: A (alto), B+(medio alto) y B(mediano).

## **4.2 OBJETIVO DEL MARKETING**

B-Fit, a través de su centro de desarrollo corporal, además de dar un servicio de calidad orientado a atender las necesidades individuales de los clientes proporcionando bienestar, salud y un verdadero compromiso de empresa-cliente, también buscará que se dicten charlas, conferencias y capacitación a todo el personal para poder cumplir los objetivos siguientes:

- Posicionar un nuevo centro de desarrollo corporal como una sede que brinda ejercicios físicos para personas que quieran cuidar su organismo y su cuerpo, con un concepto de atención personalizada.
- Promover una nueva alternativa de ejercicios físicos, dando a conocer los beneficios de estos, a través de campañas de concienciación, de capacitaciones gratuitas de salud en cuerpo y mente y el enganche propio del negocio con la salud de cada una de las familias que visitarían.
- Con las estrategias propuestas en el siguiente plan de Marketing se espera cumplir con un crecimiento del 9% anual en ventas proyectado en los estados financieros.
- Lograr un alto grado de fidelidad por parte de los consumidores, a través, de monitoreo y seguimiento, por medio de correos electrónicos periódicos, para conocer si tienen algún requerimiento y observar que tal, le ha ido con los ejercicios realizados en el centro.

#### 4.2.1 Nombre Comercial

Un nombre comercial es un signo que siendo perceptible por sentido de la vista y del oído sirve para identificar o distinguir a un empresario. Para esto, la empresa B-Fit, tendrá como nombre comercial **B-Fit** que servirá para identificar, individualizar y distinguir al empresario que está detrás de una actividad económica. Sin embargo, hay que distinguirlo de la denominación social, la razón social B-Fit u otra designación inscrita en el registro de personas naturales o jurídicas, pues, aunque pueden coincidir estas son independientes en tanto que ese nombre en el registro es un atributo de la personalidad, mientras que el nombre comercial es un signo distintivo y como tal debe ser entendido como un bien que hace parte del patrimonio de un empresario.

#### Grafico 4.0 Logotipo y Nombre Comercial de la Empresa B-Fit



**Elaborado:** La autora

B-Fit, es la abreviación en ingles de dos palabras, B, que viene de la palabra “Be”, que en español es Estar y “Fit” adjetivo que significa “En forma”.

### **4.3 SEGMENTO DEL MERCADO**

La segmentación permite a una empresa poder enfocar adecuadamente una buena técnica de mercadeo y posicionamiento, igualmente puede ayudar a elegir los segmentos con mayor rentabilidad ya sea por el tamaño, por la demanda o porque el producto satisface mejor las necesidades específicas de ese segmento.

El proyecto esta segmentado solamente a consumidores que asistan a :

1. Gimnasios
2. Centros deportes de artes marciales
3. Centros de desarrollo corporales.
4. Centros de educación física

Donde la característica fundamental de estos espacios físicos antes mencionados contribuirá al flujo de constante de la demanda de este servicio por parte de los usuarios, los cuales serán los principales clientes, sin descartar con ello, el mercado de los usuarios de :

1. Centro quiroprácticos
2. Centros de fisioterapia.

Estos dos últimos centros tienen clientes que por el manejo de los recursos de equipos, a la hora de la manipulación, solo serán considerados siempre y cuando exista prescripción médica.

### Cuadro 4.1

#### Criterios de Segmentación de Mercados Empresariales:

Criterios de segmentación	Segmentos típicos del mercado
Ubicación del consumidor: Región	Parroquias de la Ciudad de Guayaquil y Cantón Guayaquil
Localizaciones	Sector Norte
Tipo de consumidor:	Cuidan su físico
Tamaño	Volumen de operaciones.
Persona natural o jurídica	Cualquier tipo
Estructura de la organización	Compañía Limitada
Criterio de uso	Calidad del Servicio, precio, tiempo de Partida, responsabilidad,
Condiciones del negocio:	
Situación de uso	Uso continuo, esporádico, por temporadas
Razón de uso	Gran usuario, pequeño usuario
Proceso de recepción y distribución	Contrato de servicio virtual y físico
Tamaño del servicio	Pequeño, mediano, grande
Requerimientos del servicio	Ligeros, moderados, pesados

Elaborado: Por la Autora.

Mercado de los consumidores: El cual es posible dividirlo de diversos modos y bajo los siguientes criterios:

- Geográficos
- Demográficos
- Psicológicos
- Conductuales

**Cuadro 4.2**  
**Criterios de segmentación de los mercados de consumidores**

Criterios de segmentación	Segmentos típicos del Mercado
<b>Geográficos</b>	
Región	Parroquias de la Ciudad de Guayaquil
Urbana – rural	Urbana
<b>Demográficos</b>	
Edad	Mayores de 18 años
Género	Femenino, Masculino
Ciclo de la vida familiar	Joven, soltero y/o casado
Clase social	Media, media alta , alta
Escolaridad	Instrucción secundaria, graduado universitario
<b>Ocupación</b>	Profesional, ejecutivo, empresario
<b>Origen étnico</b>	Latinoamericano, habitante Ecuatoriano
Psicológicos:	
Personalidad	Ambicioso, seguro de sí mismo, sociable, extrovertido
Estilo de vida	Actividades (comerciales, empresariales); intereses (económicos, productivos, políticos)
<b>Conductuales</b>	
Beneficios deseados	Según lo que ofrece B fit
Tasa de uso	Gran usuario

Elaborado: La Autora.

## 4.4 ANALISIS ESTRATEGICO

### 4.4.1 Análisis FODA

FODA (en inglés *SWOT*), es la sigla usada para referirse a una herramienta analítica que permite trabajar con toda la información que posea sobre su negocio, útil para examinar sus Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas.

Este tipo de análisis representa un esfuerzo para examinar la interacción entre las características particulares del negocio y el entorno en el cual éste compete. El análisis FODA tiene múltiples aplicaciones y puede ser usado por todos los niveles de una empresa y en diferentes unidades de análisis tales como producto, mercado, producto-mercado, línea de productos, corporación, empresa, división, unidad estratégica de negocios, etc.).

El análisis FODA debe enfocarse sobre todo hacia los factores claves para el éxito de la empresa. Debe resaltar las fortalezas y las debilidades diferenciales internas al compararlo de manera objetiva y realista con la competencia y con las oportunidades y amenazas claves del entorno.

## FORTALEZAS

- Calificación de los Recursos Humanos: Personal altamente capacitado con título habilitante de profesor de Educación Física de alguna universidad del Ecuador, a diferencia del resto de los gimnasios que únicamente cuentan con instructores.
- Actividades: existencia de una variedad de disciplinas para ofrecer como así también los más modernos equipos para la cultura física.
- Comodidades: salas específicamente diseñadas para cada una de las actividades.
- Infraestructura: Contará con una capacidad en el local para duplicar el número de usuarios con el que cuentan actualmente los demás gimnasios. La estructura de B-fit resulta ser una de las más funcionales en comparación a la competencia, la amplia superficie sobre la que está construida permite delimitar bien cada uno de los espacios de manera que se puedan desarrollar las actividades de una manera eficaz. Así por ejemplo la recepción no se encuentran inmersos dentro de las

actividades deportivas como ocurre en otros gimnasios en donde el servicio de recepción se encuentra rodeado de equipos y/o aparatos deportivos.

- Bajos costos en adquisición de equipos: Esta beneficiado al mantener relaciones con proveedores de aparatos de alta tecnología, estos logran importarlos de países especializados a bajo precio.
- Actividades centradas en personas de todas las edades.
- Pioneros integración del entrenamiento a través del Internet.

## **OPORTUNIDADES**

- Cultura de Vida: Inmersos en un mercado en plena expansión, esto se da gracias a una toma de conciencia por un amplio sector de la comunidad en favor de una vida más sana, de un aumento de la calidad de vida, B-Fit está en sintonía con esta consciencia y brinda los más modernos servicios para satisfacer las necesidades de este sector de la comunidad.
- Obras sociales: Convenios con obras sociales para aquel cliente que fuera derivado a través de un médico para realizar ejercicios de rehabilitación, lo cual haría necesario contar con personal especializado en kinesiología, fisioterapia, etc.
- La ubicación: se encuentra alejada del centro de la ciudad a comparación de los otros gimnasios de la competencia, ya que se encuentra en un sector privilegiado de alto crecimiento de viviendas en vía a la Costa, además el local se encontrara en un centro comercial en comparación con la competencia.
- Posibilidad de creación de una cartera de clientes estable.

- Posibilidad de creación de una cartera de clientes amplia, tanto de clientes estables como de clientes transitorios, gracias a las referencias que darán de los servicios que ofrece B-Fit.
- Creciente demanda por lo saludable y por el bienestar físico
- Búsqueda de reducción de estrés por medio del ejercicio físico y Mental

## **DEBILIDADES**

- Horario: una debilidad importante es que no se encuentra abierto los días domingos a diferencia de la competencia, esto puede llevar a perder usuarios potenciales que se encuentren impedidos de asistir al gimnasio los días de fin de semana.
- Participación en eventos: el centro de desarrollo corporal no participa en eventos tal como lo hacen otros, lo cual permitiría una mayor difusión de las actividades y una buena oportunidad para captar clientes.
- Empresa de nueva creación con gran esfuerzo en cambiar el paradigma del pensamiento de las personas, que un centro de desarrollo corporal ayudara a la estabilidad mental, corporal y emocional, variables que no se encuentran en conjuntas en un gimnasio.
- Gimnasios o centros de desarrollo corporal existentes con nombres reconocidos.
- Falta de entrenadores de categoría y Fuentes de financiamiento oportunas en el mercado.

## **AMENAZAS**

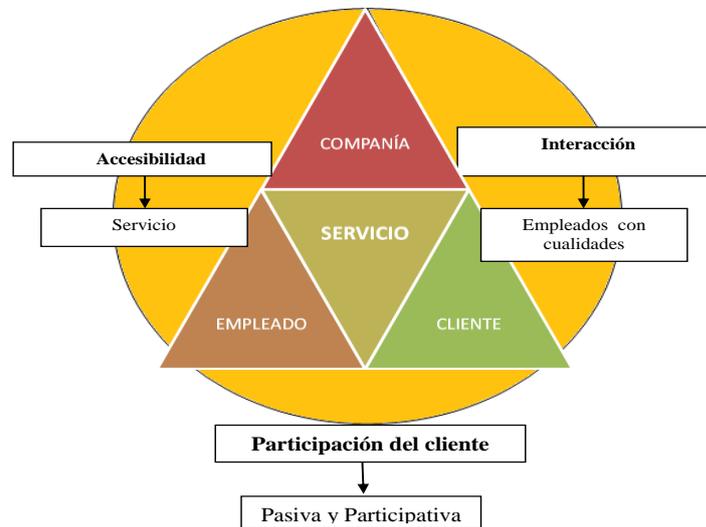
- Competencia actual: existen tres grandes gimnasios y centros de desarrollo corporal en la zona bien posicionados, que realizan fuertes inversiones y no están dispuestos a perder la cuota de mercado.

- Competidores: que los competidores ofrezcan nuevos servicios como ejercicios de rehabilitación a personas que son recomendadas por clínicas o doctores y que estos tengan un convenio con algún centro de desarrollo corporal y que a su vez la empresa en estudio no este en condiciones de prestar lo cual indicaría pérdida de clientes
- Cambio de la cultura de vida: posible cambio en la mentalidad de la gente que lleve a la pérdida del interés por el cuidado del cuerpo
- Empresas que ofrezcan los mismos servicios y en el mismo sector.
- Inestabilidad política que puede traer como consecuencia de una recesión, desempleo, etc.
- Precios de la competencia muy competitivos.

Dentro de este análisis se observa que existen un mayor numero de fortalezas desde la empresa en la parte interna del negocio hacia los clientes, y podrá cubrir todas las debilidades, siempre y cuando exista la enseñanza adecuada de los instructores hacia los clientes desde los tres puntos de vista corporal, emocional y mental, esto ayudara, a tener un nuevo pensamiento a través de las capacitaciones, para poder eliminar paso a paso en un mediano plazo el paradigma de no solamente músculos y la disminución de peso sino un organismo muy bien desarrollado a través de ejercicios, esto ayudara a contrarrestar las debilidades, siempre y cuando se tenga un personal profesional y a su vez un precio adecuado para que no sea una amenaza a los diferentes paquetes que ofrecen la competencia.

#### 4.4.2 Modelo del Triangulo de Servicio

**Grafico 4.1 Modelo Triangulo de Servicio**



\*Elaborado por: La autora

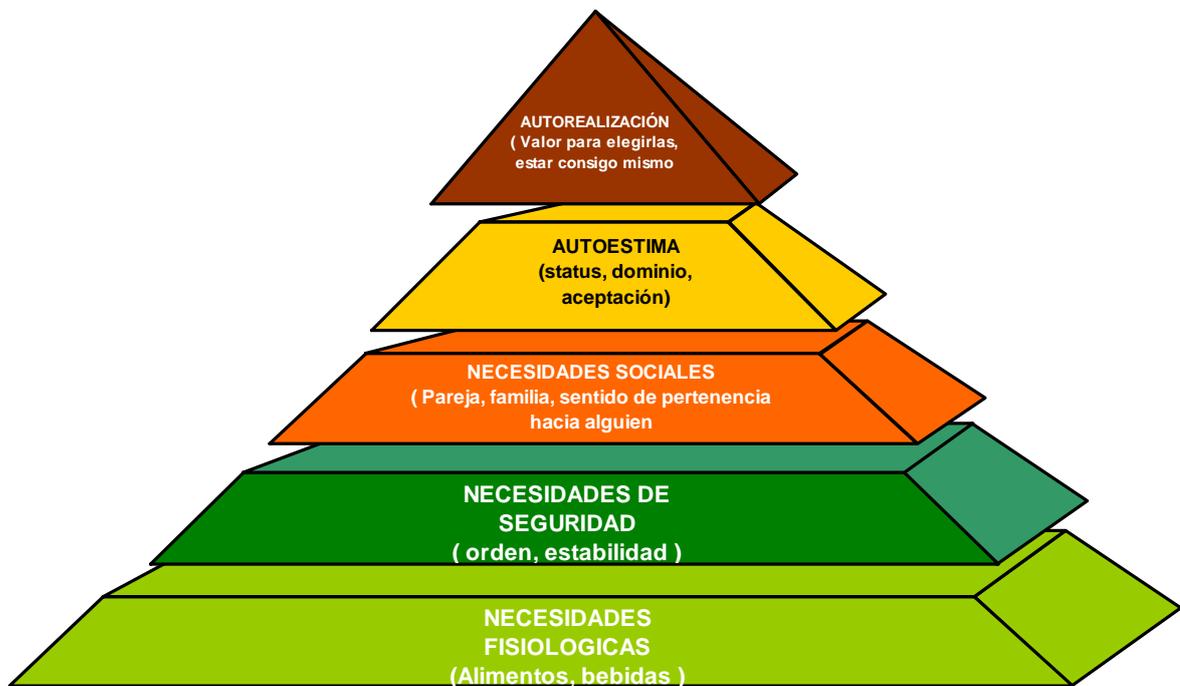
Las decisiones tomadas en marketing afectan a los clientes, a los miembros de la empresa y a los colaboradores externos. Juntos deben definir cuál será el mercado al que se dirige la empresa. Juntos han de descubrir cuáles son las oportunidades que aparecen en el mercado (para ello Kotler propone pensar al menos en 5 nuevas oportunidades cada año), y juntos deben descubrir que capacitaciones e infraestructura será necesaria para llevarlo todo a cabo.

La intervención de estos 3 factores: los clientes, la empresa y la red de colaboradores, en el marketing de la empresa en estudio, es lo que mostrará que se va por buen camino y que se esta empezando a aplicar las reglas del Nuevo Marketing.

“La función de mercadotecnia de servicios es más que las actividades y los resultados que el departamento de Mercadotecnia realiza, requiere una cooperación muy cercana entre los mercadólogos y aquellos gerentes Responsables de las operaciones y los recursos humanos”. Phillip Kotler

### 4.4.3 Modelo Maslow

Grafico 4.2 Modelo Maslow



\*Fuente: Libro Marketing xxi, Rafael Muñiz González, 2da Edición

Elaborado: La autora.

El punto ideal de la teoría de Maslow sería aquel en el cual el hombre se sienta "autor realizado" pero esto es muy raro, se podría decir que menos del 1% de las personas llegan a la plena realización. Esta teoría muestra una serie de necesidades que atañen a todo individuo y que se encuentran organizadas de forma estructural (como una pirámide), de acuerdo a una determinación biológica causada por la constitución genética del individuo. En la parte más baja de la estructura se ubican las necesidades más prioritarias y en la superior las de menos prioridad.

"Es cierto que el hombre vive solamente para el pan, cuando no hay pan. Pero ¿Qué ocurre con los deseos del hombre cuando hay un montón de pan y cuando tiene la tripa llena crónicamente" Abraham Maslow

#### **4.4.4 Modelo de la Cinco Fuerza de Porter**

##### **El Poder de Negociación de los Consumidores**

Es cierto que existen alternativas de otros Gimnasios en la ciudad de Guayaquil, pero en el sector donde se instalará el Centro de Salud BFIT el poder de negociación de los consumidores será mínimo, debido a que será el primero en instalarse en esa área geográfica.

##### **El Poder de Negociación de los Proveedores**

Los instrumentos que se utilizara en el Centro de desarrollo corporal B - FIT son de fácil acceso en el mercado, ya que existe una amplia gama de proveedores que cuentan con los productos necesarios para poner en marcha dicho proyecto.

Debido a esto el poder de negociación de los proveedores será mínimo, ya que se tendrá la posibilidad de elegir la mejor alternativa dentro del mercado y de esta manera reducir los costos de la inversión que se realizará.

##### **La Amenaza de Nuevos Competidores**

Para el sector geográfico en el que está enfocado el proyecto la amenaza de nuevos competidores será alta ya que en esta zona este servicio es escaso, no existiendo ningún otro Centro de desarrollo corporal en el sector que brinde la calidad de servicios con los que se contara; además, el nivel de inversión para realizar estos tipos de proyectos es bajo, por lo cual la participación de nuevos competidores es probable en un corto o mediano plazo.

## **La Amenaza de Productos Sustitutos**

Existe una gran variedad de complementos alimenticios que se emplean como "sustitutos" y ante la falta de una normativa se comercializan como sustancias inocuas para adelgazar y engrosar el tono muscular, abusando de un sector obsesionado con tener una figura perfecta. También se considera los téis adelgazantes que a pesar de ser productos aprobados, contienen ingredientes químicos, que su abuso puede ser perjudicial para la salud.

Otra alternativa es el juego electrónico Wii Fit que ha establecido la posibilidad de que el consumidor lo considere como un sustituto del gimnasio. Wii ya dio pie a dejar los convencionalismos, a empezar a asociar el ocio interactivo, la diversión con el ejercicio. Nintendo lo ha dejado claro: a través de esta curiosa propuesta pretenden introducir a la persona a una vida saludable, a abandonar el sedentarismo y a romper con las barreras que asocian el ejercicio con algo aburrido y monótono.

Se puede considerar como producto sustituto las canchas de césped sintético tales como: Fútbol time y la Pichanga.

## **El nivel de competencia en la industria**

El nivel de competencia en la industria es alto, debido a que existe la posibilidad del ingreso de otros gimnasios en la misma zona geográfica que puedan ofrecer los mismos servicios, debido a que no se requiere una alta inversión.

## **Barreras de Entrada**

Se tiene como barreras de entrada los impuestos designados por el SRI, los permisos de funcionamiento, patentes y tasas por el Municipio de Guayaquil y el Benemérito Cuerpo de Bomberos.

Los costos elevados al renovar las máquinas podrían ser una barrera para el negocio.

## **4.5 ANALISIS DE MERCADO**

### **4.5.1 Estudio específico del mercado**

El Centro de desarrollo corporal BFIT está ubicado en Guayaquil, el mercado al cual se va a dirigir es el que se encuentra ubicado en el lado noroeste de la ciudad. El mercado potencial es muy significativo ya que existen gran cantidad de urbanizaciones de clase media-media y clase media-alta.

Este mercado fue elegido por varias razones, dado a su ubicación, que se encuentra en una zona segura, poblada y donde predomina el mercado buscado (clase social media); otra razón es que porque estos sectores de clase media y clase alta son influenciados por la tendencias hacia una cultura light y un estilo de vida más sano.

Este negocio es estacional. Los meses de Septiembre, Octubre y Noviembre son los meses de mayor concurrencia y actividad en el mercado, junto con los meses de Diciembre, Enero y Febrero. En los meses de Marzo, Abril, Mayo, Junio, Julio y mediados de Agosto el mercado se achica, baja la concurrencia en aproximadamente entre un 25% y 30%.

B - FIT se encuentra en el mercado con cuatro competidores directos. Estos son: Myriam Gym (Urdesa y Samborondón) Gold's Gym (Kennedy Norte), Hiper Gym (Urdesa), Flex Gym (Piazza Samborondón). Estos gimnasios se encuentran bien ubicados y tienen similares servicios que el centro de desarrollo corporal en estudio. Myriam's Gym y el Gold's Gym son los que cuentan con mayor imagen en el mercado, luego se encuentra Hiper Gym con una gran variedad de actividades y por último el Flex Gym.

Un punto fuerte con respecto a la competencia es la capacitación del personal, ya que es política de la empresa tomar solamente personas que tengan el título profesional en acondicionamiento físico.

Se analiza más profundamente a la competencia en el análisis FODA en el inciso 4.4.1

#### **4.5.2 Identificación del mercado potencial**

El negocio está enfocado a un segmento de clase media y media-alta con nivel sociocultural alto. Dentro de este segmento se enfocara a mujeres amas de casa, jóvenes estudiantes, ofreciéndoles una variedad de horarios muy flexibles en la mañana y tarde, para su conveniencia y en la noche para personas que trabajan y realizan estudios universitarios.

Los competidores directos están ubicados en Urdesa y en Kennedy Norte, y sus precios fluctúan entre los 50 - 80 dólares.

#### **4.5.3 Descripción de las regiones, segmentos o nichos**

Se Aprovecha el desplazamiento geográfico dado en el sector de Los Ceibos y Vía a la Costa junto con la regeneración urbana y el nacimiento de muchos negocios que la han convertido en una zona residencial pero al mismo tiempo comercial.

#### **4.5.4 Mercado objetivo y bloque de compradores**

El negocio está enfocado a un segmento de clase media alta, las edades van desde 15 a 70 años, para ambos sexos.

**Cuadro 4.3 CARACTERIZACION DE LA POBLACION**

Tiempo que llevan en la zona	De 18 -70 años
Sexo del jefe del hogar	Predominan los Hombres y Mujeres
Condición del jefe del hogar (casado y/o conviviente, divorciado, viudo)	solteros y existe un porcentaje de personas casadas
Número de personas que viven en el hogar	5 personas por hogar
Edad promedio del Jefe del hogar	Entre 35 – 50 años
Número promedio de hijos menores de cinco años	02 hijo
Otros hijos	02 hijos
Nivel de educación del jefe del hogar	Superior completa
Personas que viven en el hogar y trabajan	01 persona
Número de personas que aportan al sostenimiento del hogar	01 personas
Número de personas que realizan trabajos fijos y/o eventuales	01 personas
Trabajo que realiza el jefe del hogar	Empresario, Industrial, Comerciante,
Trabajo que realizan los otros miembros de la familia que trabajan	Gerentes, ejecutivos
Los que trabajan lo hacen dentro o fuera de la comunidad	Principalmente lo realizan fuera del parroquia
En la vivienda se realiza algún tipo de negocio	No
Ingreso promedio mensual del jefe del hogar	De U.S.\$ 1000 - \$10,000. Dólares

Ingreso promedio mensual de la familia	Cada persona que trabaja incrementa el ingreso familiar en 800 dólares
Gasto promedio de la familia en alimentación	75 dólares diarios; 2250 dólares mensuales
Gasto promedio de la familia en servicios y gastos fijos	Promedio de 3000 dólares mensuales
Gasto promedio de la familia en transporte 1 miembro	Promedio de 200 dólares
Capacidad de endeudamiento	200,000 dólares
Solicitaron crédito a alguna institución	Sí, Instituciones Bancarias y comerciales
La familia ha accedido a algún tipo de crédito	Sí,
Tenencia de la vivienda: propia, alquilada, prestada, otros	Propia
Ubicación de la vivienda	Zonas consolidadas
Material predominante de la vivienda (paredes, techos, pisos)	Las casas mayormente son de material cemento, 2 pisos, paredes, 02 ventanas, aluminio y polarizadas puertas de aluminio y de madera, fina techos de concreto armado, mármol, acabados de lujo
Servicios con que cuenta	Luz, agua, teléfono, Internet, cable televisión
Gasto promedio de arreglos de la vivienda por mes	200 dólares

Fuente: INEC

Elaborado: La autora

Según el estudio de característica de estratos económicos de la población de la zona en estudio, Pedro Carbo, Ximena, Tarqui y Febres Cordero son parroquias que cumplen las características.

## **4.6 INVESTIGACION DE MERCADO**

### **4.6.1 Objetivos de la Investigación de Mercado**

La planificación de los servicios que brindará B-Fit., surge de la identificación de las necesidades que expresaron los encuestados durante la investigación de mercado, y estas se convierten en objetivos de este estudio los cuales son:

- Determinar, si los consumidores de ejercicios físicos tienen por costumbre visitar los centros, y con que frecuencia
- Determinar cual sería el porcentaje de consumidores que pueden llegar a pagar una mensualidad de un centro de desarrollo corporal.
- Determinar cual tipo de productos y servicios adicionales requieren los consumidores, en la página Web de la empresa en estudio.
- Medir hasta que punto tienen conocimientos los consumidores del beneficio que brinda una empresa de ejercicios físicos para el desarrollo corporal.
- Conocer cual sería la percepción que tienen los consumidores de la zona donde se instalaría el centro de desarrollo corporal que brindará a través de B-Fit.

#### 4.6.2 Metodología

Consiste en la obtención y análisis de datos con el fin de transformarlos en información sistemática y objetiva que resulte de utilidad para la resolución de los problemas.

Parte crucial de una investigación de mercado es la definición de la población que en forma general se debe hacer considerando el problema de investigación que se ha formulado. Como no es suficiente definir la población para obtener resultados, se debe definir una muestra, que es el conjunto de elementos de la población que permite obtener una conducta referencial del mercado total. Para el análisis de este proyecto se determinó dirigir la investigación a personas adultas, de 18 a 65 años con cierto poder adquisitivo e independiente de la toma de decisiones en la ciudad de Guayaquil, sin embargo no se deja a un lado la posibilidad de encuestar a jóvenes de universidad que oscilen entre 17 años y mas edad.

Esta encuesta es de mucha ayuda ya que permite conocer las necesidades del segmento de mercado en estudio, para así mejorar o en su caso implementar nuevos servicios, también proporciona un dato aproximado de los futuros clientes, la ubicación más apropiada para el centro de desarrollo corporal y otras variables relevantes para el proyecto.

Obtención de la muestra:

$$e = 0.05$$

$$P = 0.5$$

$$Q = 0.5$$

$$Z = 1.96$$

$$n^1 = \frac{p(1-p)z^2}{e^2} = \frac{0.5(0.5)(1.96)^2}{0.05^2}$$

$$n^1 = 384.16$$

Este resultado indica que se debe realizar 384 entrevistas para que sea relevante la información obtenida.

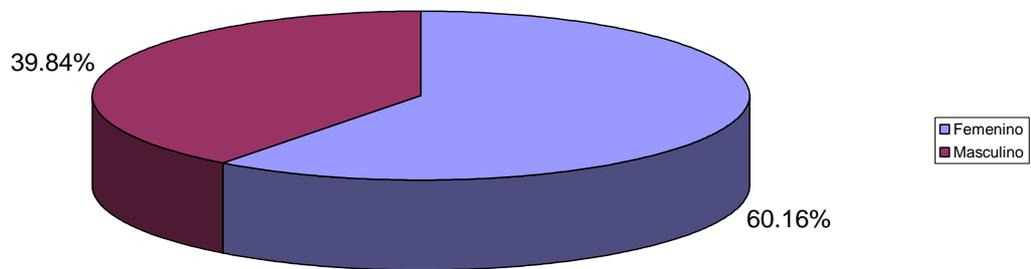
Se utiliza el método de muestreo aleatorio simple. Los encuestados, serán las personas que asisten o asistieron a gimnasios que se encuentren en sectores de la tabla 2.1 de los sectores socioeconómicos antes señalados

### 4.6.3 Resultados

Para iniciar el análisis de los resultados, igual se debe profundizar en unas variables sociales, que son importantes para conocer quienes han sido los encuestados que realizan o han realizado alguna actividad en algún gimnasio o centro de desarrollo corporal.

### Grafico 4.1 Pregunta # A

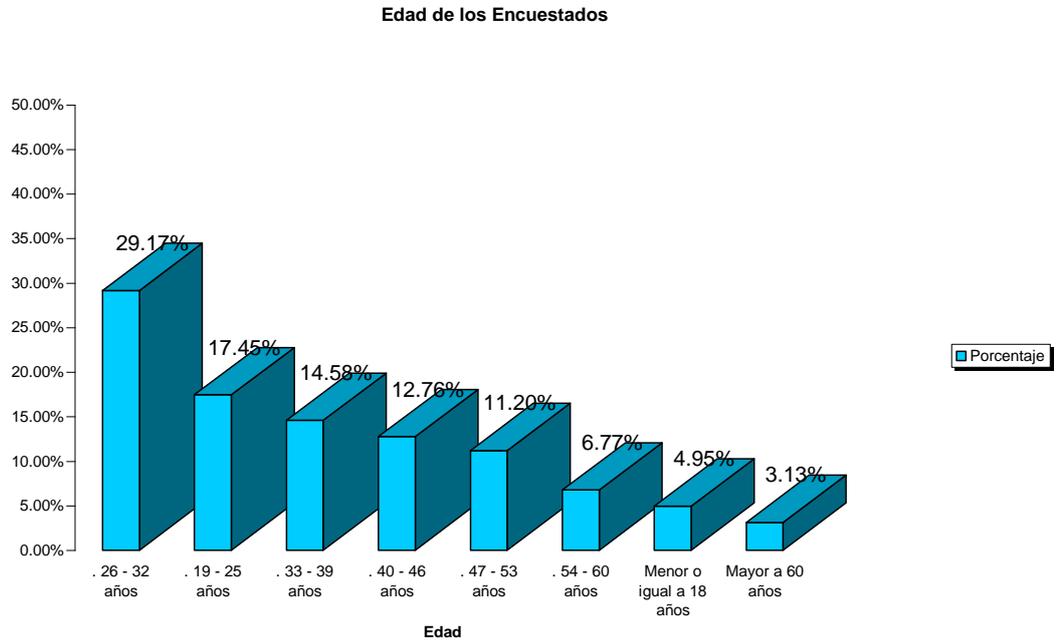
Genero de los Encuestados



Elaborado: La autora

El análisis se inicia con el estudio de cinco variables socioeconómicas, se observa en el grafico 4.1 que en un 60.16% de los encuestados fueron del genero femenino y en un 39.84% de hombres.

## Grafico 4.2 Pregunta # B

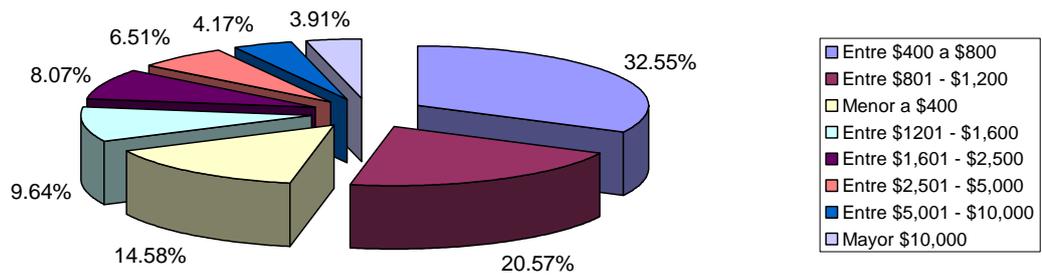


Elaborado: La autora

En la segunda variable, se investiga, el nivel de edad de los encuestados, en su gran mayoría son jóvenes y adultos que oscilan entre 26 a 32 años como el que mas prevalece en un (29.17%), posteriormente le sigue las edades comprendidas entre los 19 a 25 años en un (17.45%), posteriormente en un tercer grupo representativo se encuentran los adultos de las edades comprendidas entre 33 y 39 años con un (14,58%).

### Grafico 4.3 Pregunta # C

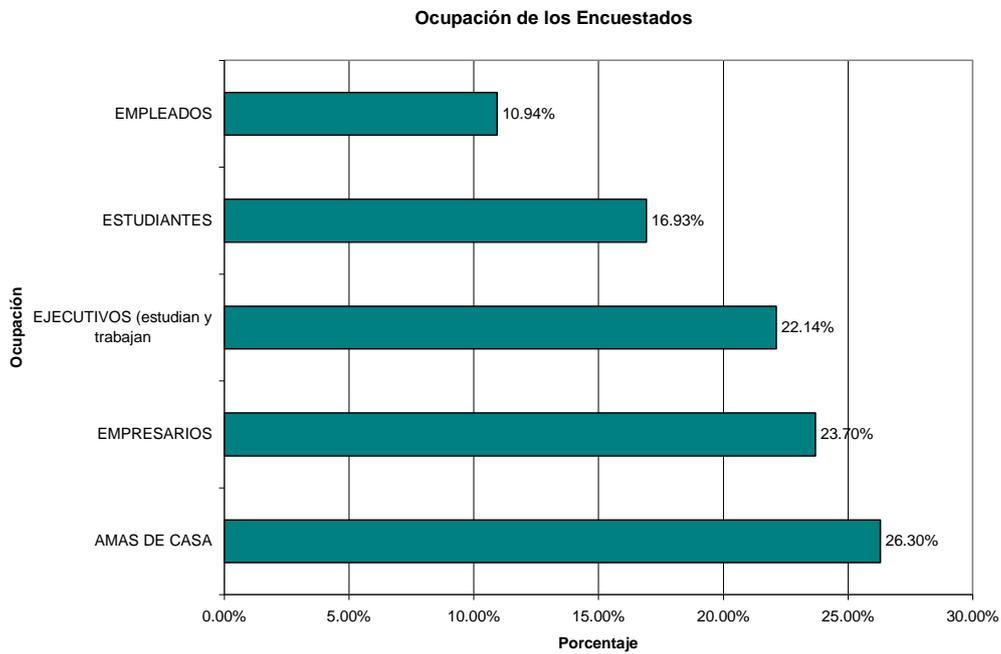
Ingresos Económicos Mensuales de los Encuestados



Elaborado: La autora

En la tercera variable socioeconómica, la cual es el ingreso económico mensual que perciben los encuestados, se observa en el grafico 4.3, donde se demuestra que en un (32,55%) el poder adquisitivo se encuentra entre \$400 y \$800 dólares, seguido muy de cerca de las personas que tienen un ingreso entre \$801 y \$1200 con el (20,57%) del total de los encuestados.

### Grafico 4.4 Pregunta # D

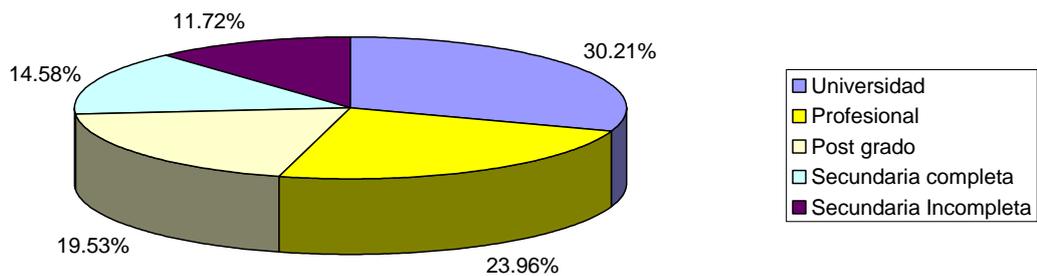


Elaborado: La autora

En el grafico 4.4, se observa que el mayor número de personas tienen la ocupación son las amas de casa con el (26.30%), seguido muy de cerca del grupo de los empresarios de alguna institución, en un (23.70%) y el tercer grupo con menor fuerza son los ejecutivos en un (22.14%), estos últimos son estudiantes de universidad que a la vez trabajan.

### Grafico 4.5 Pregunta # E

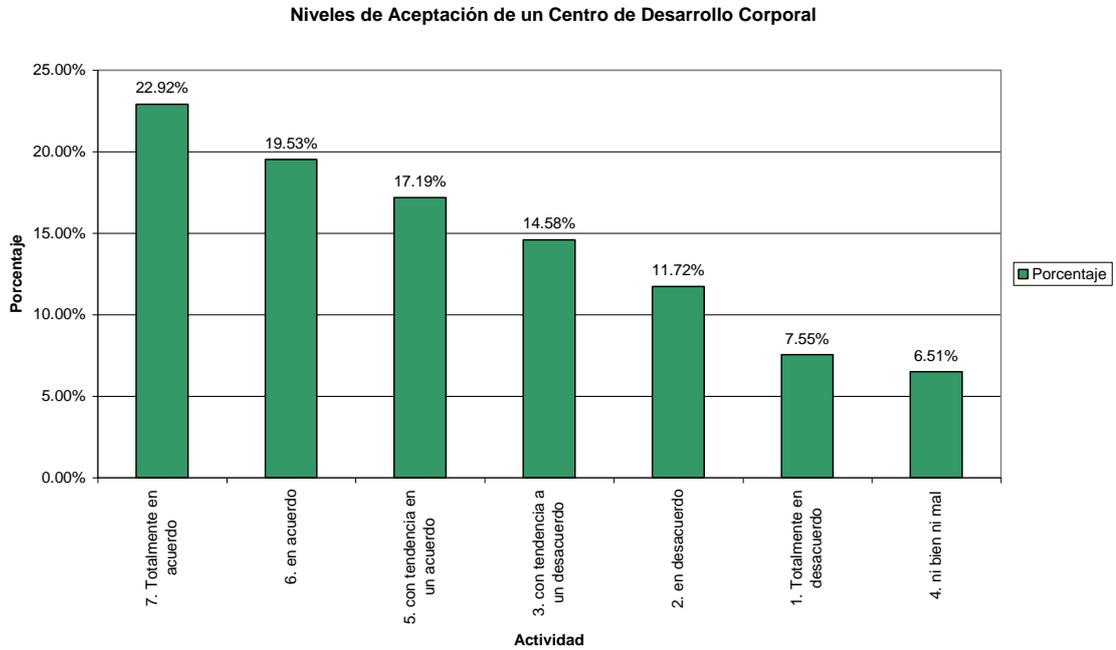
#### Nivel de Estudios



Elaborado: La autora

Por ultimo, dentro de las variable socioeconómicas, se encuentra en nivel de estudios, que tiene cierta relación con la pregunta anterior, ya que el grupo que predomina, es el de las personas que se encuentran en el nivel de estudios de universidad en un (30,21%), posteriormente en menor cuantía, pero siendo el segundo grupo de mayor fuerza, se encuentran los profesionales en (23,96%), seguido muy de cerca de postgrado con el (19,53%).

## Grafico 4.6 Pregunta # 1

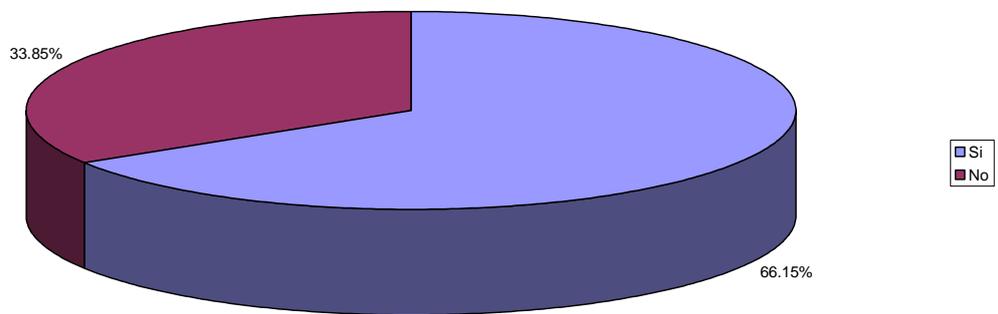


Elaborado: La autora

Inicialmente, en las preguntas que tienen relación al objetivo de la empresa en estudio, se encuentra, el nivel de aceptación que tiene el encuestado hacia un centro de desarrollo corporal, donde se le realiza una pregunta con opciones múltiples tipo escala, donde el (22,92%) están totalmente de acuerdo que exista un centro de desarrollo corporal para el cuidado interno y externo del organismo de una persona, como se observa en el grafico 4.6

## Grafico 4.7 Pregunta # 2

2. A usted le gustaría inscribirse en un gimnasio especializado en cardio?

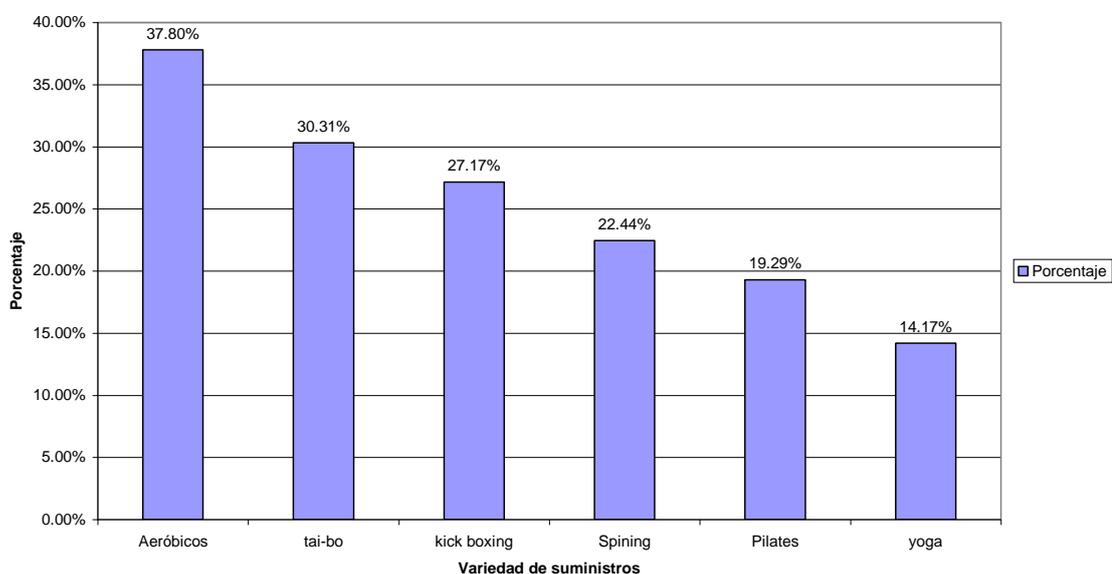


Elaborado: La autora

En el grafico 4.7, se encuentra la pregunta 2, del cuestionario, donde se observa que el mayor numero de personas si está de acuerdo a inscribirse a un centro de desarrollo corporal o a un gimnasio especializado en cardio, en un (66.16%), esto significa que 254 personas de los 384 encuestados, respondieron afirmativamente.

### Grafico 4.8 Pregunta # 3

3 .Preferencia de la Actividad que mas sobresale

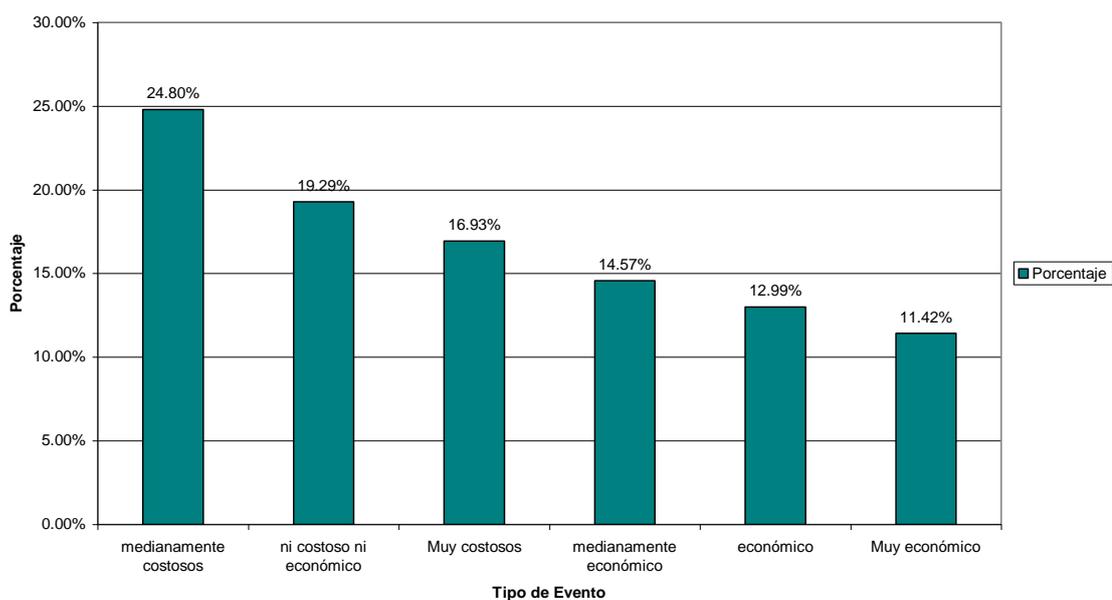


Elaborado: La autora

Como se observa, en el grafico 4.8, la pregunta va encaminada a que el encuestado responda de manera múltiple y en escala ponderada, dándole mayor peso a la que mas preferiría y así sucesivamente, por ende la preferencia del encuestado, estuvo mas en por los Aeróbicos con el (37.80%) de aceptación, posteriormente, respondieron que la segunda opción es tai-bo en un (30.31%) y por ultimo el grupo con el tercer porcentaje representativo se encuentra el Kick Boxing en un (27,17%).

### Grafico 4.9 Pregunta # 4

4. ¿Como le parecen los precios actualmente de los centros de desarrollo Corporal ( gimnasio )?

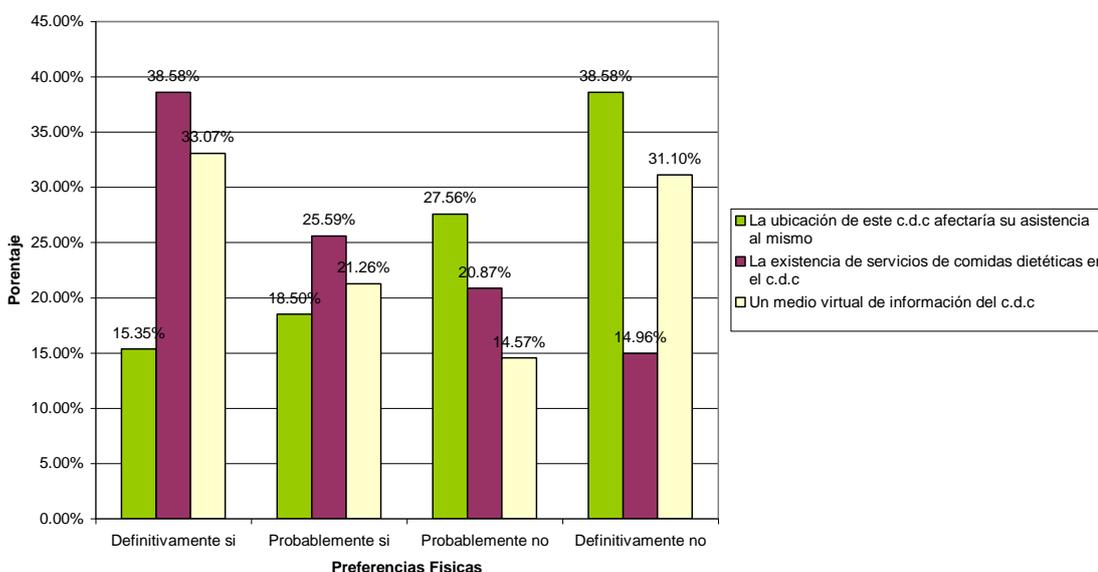


Elaborado: La autora

En el gráfico 4.9 de la pregunta 4, se aborda al encuestado que opinen en opciones múltiples con respuesta única, sobre como encuentra los precios de los gimnasios que han asistido, por lo que en un (24.80%) piensan que los precios de estos centros, son medianamente costosos; en segundo lugar , la opinión de los precios, es que no lo encuentran ni costoso ni económico, con el (19.39%).

### Grafico 4.10 Pregunta # 5

5.¿ Marque la respuesta que mejor exprese el grado en que usted esta de acuerdo o en desacuerdo con la declaración?

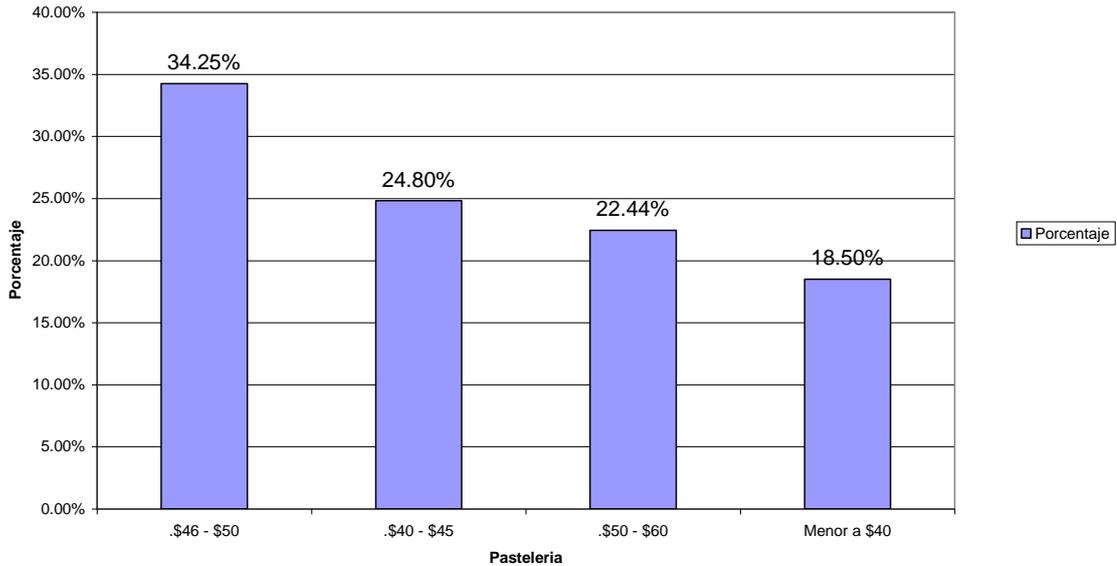


Elaborado: La autora

Analizando cada declaración, como se observa en el grafico 4.10 de la pregunta 5, al encuestado se le pregunta si la ubicación geográfica del centro de desarrollo corporal afectaría a la asistencia, del cliente, donde la respuesta con mayor porcentaje es un “no definitivo” con un (38.58%), posteriormente el encuestado debe responder a la pregunta de si debe existir comidas dietéticas en el centro de desarrollo corporal, donde las personas en un mismo porcentaje (38,58%) afirman que debe de existir tales comidas. Por ultimo en un (33.07%) los encuestados respondieron a un “si definitivo” que si es necesario un medio virtual de información del centro de desarrollo corporal.

### Grafico 4.11 Pregunta # 6

6. ¿Por lo general en los anteriores Centros de Desarrollo corporales o gimnasios, cuanto ha cancelado ?

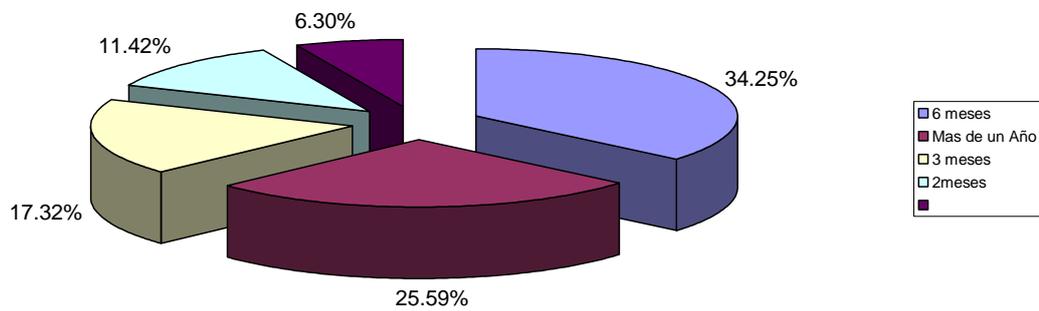


Elaborado: La autora

En el grafico 4.11 donde se ilustra la pregunta 6, se da al encuestado, opciones múltiples con respuesta única, donde se le pregunta, cuanto ha pagado de mensualidad en un gimnasio, donde el (34,25%) de las personas respondieron que han pagado entre \$46 y \$50, en un segundo lugar, se encuentran los encuestados que respondieron haber pagado una mensualidad entre \$40 y \$45, donde se observa que en estos dos grupos en promedio pueden llegar a cancelar una mensualidad de \$45 siendo el (59%) del grupo de encuestados.

### Grafico 4.12 Pregunta # 7

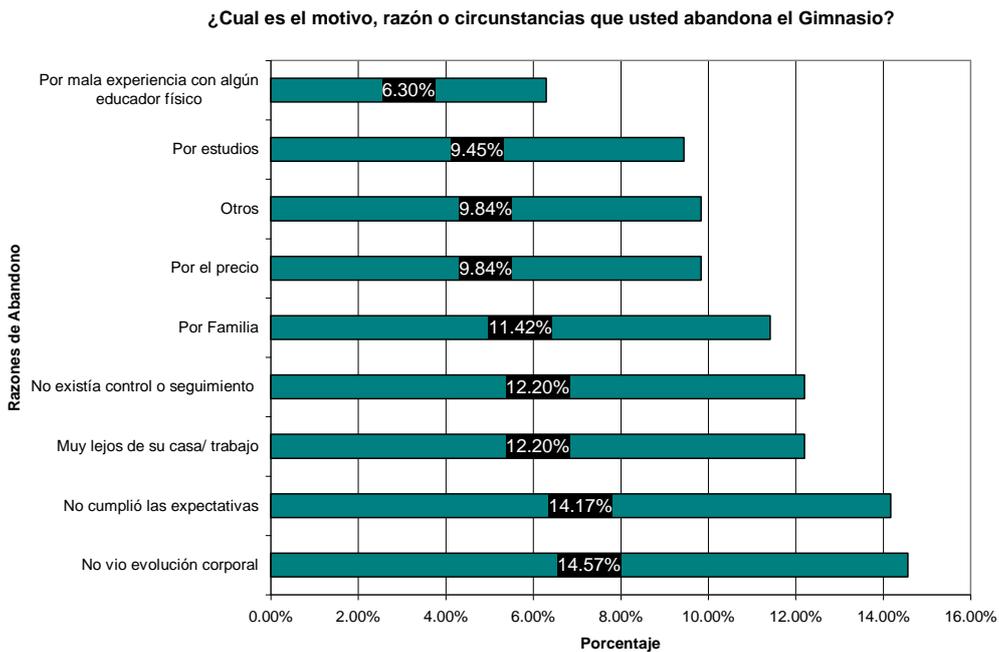
7. ¿ Que tiempo ha permanecido en un mismo Gimnasio ?



Elaborado: La autora

En el grafico 4.12 se observa la pregunta 7, con opciones múltiples y respuesta única, donde se le cuestiona al encuestado cual es el tiempo que han permanecido los encuestados en un centro de desarrollo corporal, donde el grupo mas representativo ha sido seis meses con el (34.25%), seguido muy de cerca se encuentran los que han permanecido mas de un año en un (28,14%).

**Grafico 4.12.1 Pregunta # 7.1**

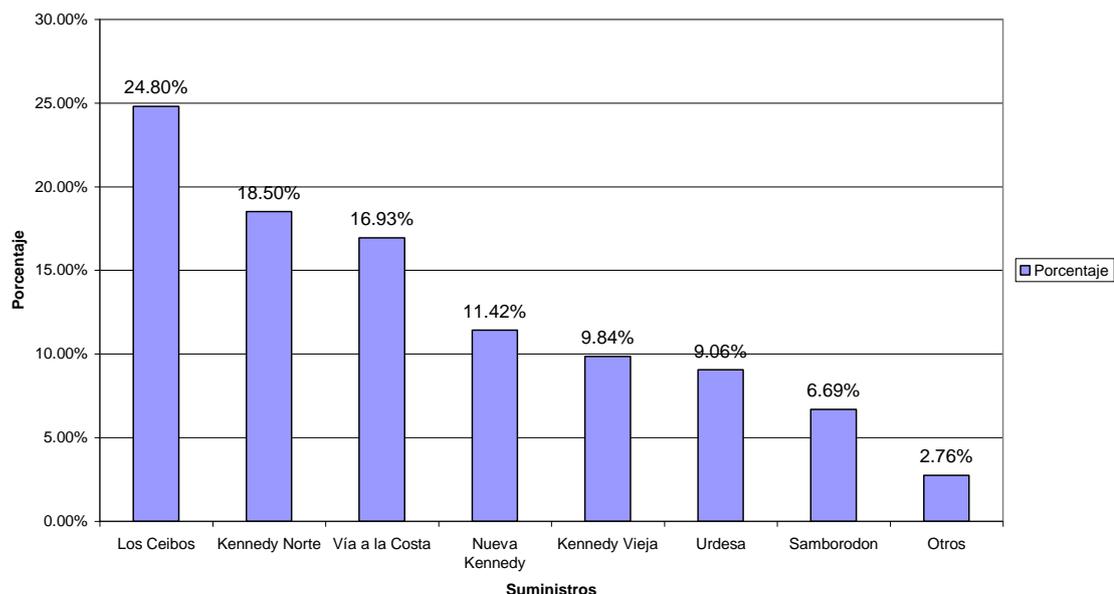


Elaborado: La autora

En este grafico 4.12.1 se puede observar, la razón o circunstancias que abandonaron el gimnasio, donde se observa que en un mayor numero de encuestados (14,57%), afirman que no existió evolución corporal, seguido muy de cerca por la razón de que no cumplió las expectativas en un (14,17%) y en un tercer lugar existe un empate técnico, las cuales son: el gimnasio se encuentra lejos de su casa o del trabajo y que no existe un control o seguimiento hacia ellos dentro del gimnasio con un (12,20%).

### Grafico 4.13 Pregunta # 8

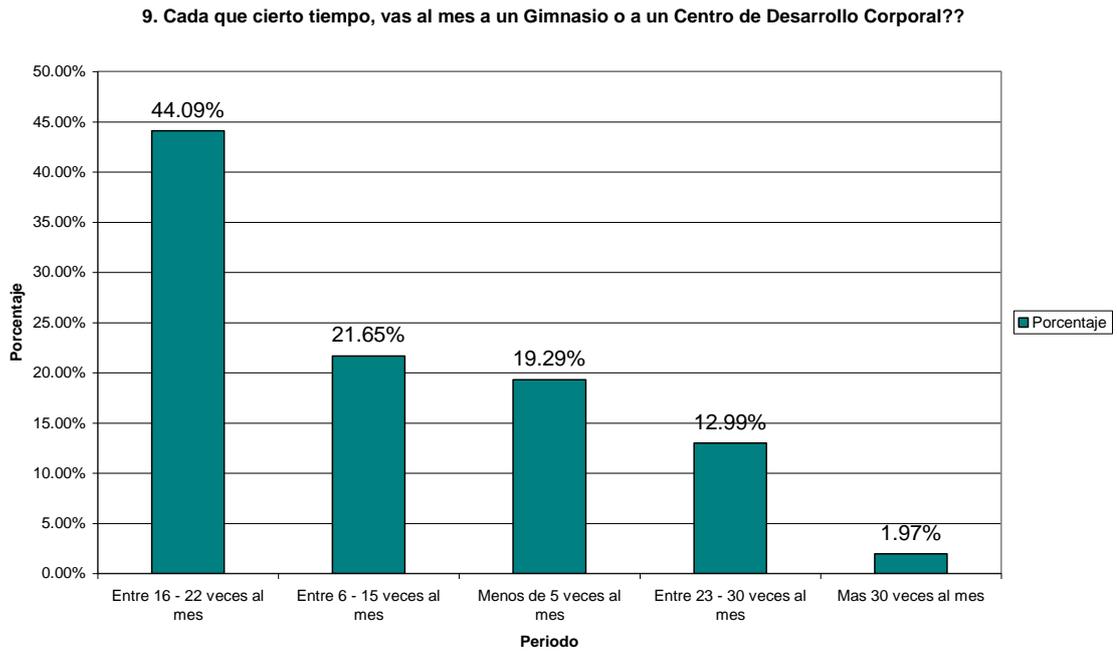
Sector Estratégico para el Centro de Desarrollo Corporal



Elaborado: La autora

La pregunta 8, que es la ubicación estratégica del centro de desarrollo corporal, como se observa en el grafico 4.13, creen que la opción idónea para el centro de desarrollo corporal es en los Ceibos, con un valor muy representativo del 24,80%, aunque si se analiza en las tres ubicaciones siguientes que es el sector de la Kennedy (Norte, Vieja y Nueva ), sumados estos porcentajes, tienen un resultado del ( 39,76%), por lo que, aunque si la ubicación tiene una demanda considerable que significa la competencia directa, sin embargo si este grupo es el que sobresale, se puede hacer un análisis del sector que esta mas cercano a los Ceibos , que es vía a la Costa (16,93%), que sumados entre el mas representativo y este ultimo, se obtiene una suma de (41,73)%

**Grafico 4.14 Pregunta # 9**

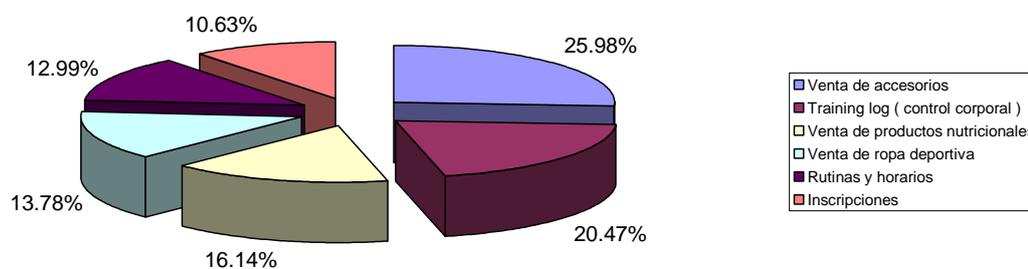


Elaborado: La autora

Dentro de la pregunta 9, como se observa en el grafico 4.14, los resultados son alentadores, los encuestados respondieron a que asisten entre 16 y 22 veces al mes con un (44,09%), esto permite obtener un análisis, donde en promedio asisten a 4 sesiones por semana.

### Grafico 4.15 Pregunta # 10

10. Cual de los siguientes servicios le gustaría que existan en la pagina Web del Centro de Desarrollo Corporal?



Elaborado: La autora

Por ultimo, se realiza una pregunta, sondeando, si los encuestados quisieran comprar implementos o servicios relacionados a la educación física, donde la venta de accesorios (25,98%) o implementos deportivos seria muy útiles en la comercialización de estos dentro de la pagina Web del centro de desarrollo corporal, seguido muy de cerca por el training Log, que es el seguimiento y monitoreo del estado corporal que mantiene la persona al utilizar un gimnasio, en un (20,47%).

#### **4.7 PERFIL DEL DEMANDANTE B-Fit**

Es la de un Individuo con un nivel cultural medio, medio alto y alto, sus ingresos promedio familiar están en un intervalo de \$ 800 a \$ 1,200 Dólares Americanos.

Principalmente son personas que son exigentes consigo mismos y con los demás, sujetos al cambio, por lo que se desempeñan en diversidad de labores durante su vida cotidiana lo cual lo predispone al cambio.

La motivación por compra del producto B-Fit en su mayoría lo hace con el fin de consumir producto-servicio que se diferencie de lo común y de calidad en sus componentes que no afecten en sus diversos aspectos de la salud, este gasto incurrido lo toman como necesario dado que esta sujeto a su estilo de vida como sus valores sociales.

Un factor principal en la decisión de compra final del Producto-servicio es la calidad y el ambiente (La decoración)

El ritmo de crecimiento del consumo del servicios (ejercicios físicos) va en aumento dado el consumo Per. Cápita de estas clases sociales lo cual apuntaría a un mercado de futuro.

##### **4.7.1 Proyección de la Demanda**

Se estableció el tamaño óptimo del proyecto tomando en cuenta el Comportamiento de la demanda por porción de ejercicios físicos en el mercado Guayaquileño, así:

Para la determinación de la población objetivo, se utiliza la base de 738,630. personas que se obtuvo de la investigación de mercado, de esta

cantidad se toma el 30%, que es el porcentaje de guayaquileños de clase media, media alta y alta que realizan sus consumos de servicios en locales comerciales del centro de la ciudad de Guayaquil, dato tomado del [www.hoy.com.ec](http://www.hoy.com.ec) " reporte microeconómico Pulso Ecuador"; de este porcentaje finalmente se toma la novena parte, considerando que existen 15 centros de ejercicios físicos de gran magnitud en Guayaquil y bajo el supuesto que tienen igual número de visitantes, así se obtiene la población que asiste al B-Fit, se determina de manera más efectiva la cantidad de potenciales clientes. Según la investigación de mercado realizada se ha determinado que la población guayaquileña objetivo consume los ejercicios en un 66,14%<sup>4</sup>, como señala la encuestas se toma este porcentaje por mayor nivel de confianza y determinando una participación de mercado del 5% para el primer año, usando el criterio de Porter, estableciendo un crecimiento anual en la participación de mercado de un 5% y conservando la demanda constante, se determina la Cantidad de personas.

**Tabla 4.5 Demanda Proyectada para el proyecto**

Descripción	Demandas de Personas
30%	738,630.95
15 locales	49,242.06
66,14% anual	32,568.70
5% de Porter	1,628.44

**Elaborado:** La autora

Con lo determinado anteriormente, La demanda de Consumo de ejercicios físicos en el mercado objetivo esta en función del público a la cual va dirigido. Tomando de base el estudio de estratos económicos y los resultados de la encuesta el consumo estimado es de 1,628 personas al año.

<sup>4</sup> Pregunta#2 de la Encuesta realizada por el proyecto en estudio.

Para el estudio de Proyección de la demanda de los consumidores se considerara que la economía crecerá en forma sostenida en los próximos años, algunas de las razones argumentadas son: estabilidad económica, lo cual no varia mucho los estratos socioeconómicos.

Asimismo en lo que se respecta a la población objetiva de estos estratos se proyecta utilizando la tasa de crecimiento anual de la ciudad de Guayaquil es 2.38%.

#### **4.7.2 Demanda Proyectada Población**

El crecimiento de la población de estos estratos dados los indicadores garantizaría la demanda para los próximos cinco años a inicio del proyecto una demanda estimada de 1,628 personas al año.

La economía en crecimiento y el dinamismo de este tipo de familias con ingresos medio altos y altos dan a su estilo de vida cotidiano un ritmo acelerado lo cual les hace tener mas cuidado en su organismo siendo B-FIT un servicio que satisface esta necesidad, además acompañando a esto de un plan integral de marketing directo hacen posible captar a este segmento de mercado para el consumo del producto.

### **4.8 ANALISIS DE LA OFERTA.**

#### **4.8.1 Análisis de la Oferta del Producto.**

El mercado de servicios de ejercicios físicos de gimnasios o centros de desarrollo corporal se caracteriza por ofrecer a sus consumidores ejercicios de calidad en la preparación, uso de maquinas, seguimiento y monitoreo lo cual es un beneficio de la salud, esto esta dirigido a estratos económicos con estilos de vida activa, preferentemente con ingresos medios alto y alto.

En la Actualidad haciendo un cruce de información con la guía Comercial de Guayaquil y datos de campo se identifico la cantidad 40 establecimientos, pero especializados para niveles socioeconómicos altos solo 15 de ellos tienen diversidad de ejercicios o actividad física

#### **4.8.2 Características de la oferta del producto.**

Para identificar la oferta de los establecimientos que venden el servicio B-FIT, se uso como base la entrevista a los consumidores. Se hizo una clasificación entre el total de establecimientos que venden B-FIT dentro del mercado objetivo tomando en cuenta los servicios e infraestructura.

- A. Establecimiento Grande o Especializado (EGE).- El local contara con una área mayor a 700 Mt<sup>2</sup> amplias. Tomando en cuenta, que cada cliente debe de tener un espacio para que realice sus ejercicios, la capacidad para cada uno de ellos es de 3mt<sup>25</sup>. Por lo que disminuyendo el área de recepción (20), mas el espacio de la venta de implementos deportivos (5) dará como resultado optimo de (655mt<sup>2</sup>), la capacidad de los clientes será pues estos dos valores dividiéndolos, por lo que el numero total de clientes óptimos será pues 225. Aunque con las salas completas podría llegar albergar completamente a 400 personas.
- Equipos de primera tecnología
- Áreas limpias
- Áreas de Baño y sauna
- Casilleros para cada uno de los clientes.
- Bodegas de almacenamiento de los equipos y suministros para el cuerpo.

---

<sup>5</sup> Tomando desde la Revista de Gimnasia [www.soyentrepeneur.com](http://www.soyentrepeneur.com)

- Mostradores pequeños para los productos y suministros para el cuerpo
- Personal 8 personas para la atención total
- Pago en Efectivo y Tarjeta de Crédito

#### **4.8.3 Precio del Producto**

Los precios en el momento de la venta del servicio serán un promedio de los ofrecidos por los establecimientos Grandes ubicados en la zona por ser considerados la competencia del proyecto, los precios podrían estar en un intervalo de \$45 y \$60 el cual también responde a los precios pagados por los consumidores del norte de la ciudad de Guayaquil.

Por otra parte, el valor de los implementos deportivos corresponderá solamente y exclusivamente a una muestra en el establecimiento, pero la venta se realizara por Internet, por lo que no existirá inventario físico.

**CAPITULO V**  
**ANALISIS ECONOMICA Y FINANCIERO**

## **5.1 INTRODUCCIÓN**

Durante el desarrollo del presente estudio, se mostrará las características y el valor monetario de los diferentes rubros, los cuales, constituyen la inversión del proyecto, por tanto, esta información se procesa en los diferentes cuadros financieros, con el fin de determinar sistemáticamente, los valores en que deben incurrir los inversionistas para la implantación y puesta en marcha del Centro de Desarrollo Corporal B-Fit.

La metodología de análisis de un proyecto de inversión presenta características generales aplicables a cualquier rama de la actividad económica. Sin embargo, dentro del modelo general, cada sector posee particularidades, que deben ser consideradas por aquellos a cargo de la evaluación del proyecto. Primeramente se describirán los aspectos generales que deben contemplarse en la evaluación de un proyecto de inversión, y a continuación se introducirán aspectos particulares a considerar en el análisis aplicado a la elaboración e implementación de un centro de desarrollo corporal que sirva de apoyo para el mejoramiento de la salud de las personas que se dedican al cuidado de su organismo y de su físico propiamente dicho.

A continuación se abordará el tema de financiamiento para conocer los gastos, costos, inversiones y financiamiento que ha requerido el proyecto en su fase operativa, para poder tener una mayor comprensión de los requerimientos generales y específicos del proyecto.

## 5.2 INVERSIONES

El valor creado por un proyecto de inversión es determinado por la generación de flujos de fondos netos después de impuestos (también conocidos como *Free Cash Flows* o *FCF*).

Hay recordar que se enfoca el proyecto como una actividad principal que brindara grande facilidades para las personas que posean la capacidad económica para adquirir una membresía al centro de desarrollo corporal y mas bien permitirá reducir costos al poder darle a esta capacidad instalada, el desarrollo general del cuerpo de una persona.

El proyecto total se encuentra dividido en tres fases de ampliación en las cuales todos los procesos son manuales, representando los mayores gastos, las instalaciones de equipos y recursos humanos para el centro de desarrollo corporal, puesto que serán las conexiones que servirán para conocer a los clientes. Esto dará una mayor importancia al proyecto puesto que la primera fase, servirá para conocer a la empresa B-Fit.

La tercera fase serán los desembolsos que se incurrirán en los costos de venta y los gastos de publicidad. Adicionalmente, también se expondrá en esta fase el capital de operación que se lo obtuvo del total de los activos corrientes menos el pasivo corriente en el año de pre-operación. Puesto de otra forma, es el valor o dinero necesario para tratar de cubrir la operación en el primer año de operaciones del Proyecto de Centro de Desarrollo Corporal B-Fit.

### **5.2.1 Activos Fijos**

Los activos fijos se definen como todos aquellos bienes, tangibles o intangibles, cuya vida útil es superior a un año, y por lo tanto generan un cargo por depreciaciones en el Estado de Resultados.

En términos generales, los proyectos implican decisiones de inversión en activos fijos (maquinarias, equipamiento, inmuebles, Website, etc.), con el objetivo de crear valor para una empresa. Para estimar los flujos de fondos correspondientes a la inversión en los activos fijos necesarios en una empresa que cumplirá la función de proveer servicios de ejercicios físicos mas implementos deportivos, se debe calcular inicialmente un presupuesto del diseño, compra, montaje y puesta de todo el sistema. Identificar y evaluar todas las tareas a incluir en este presupuesto para un caso en particular, presenta un cierto grado de complejidad. El empleo de alguna de las metodologías comúnmente utilizadas para la gestión de proyectos puede contribuir a establecer de manera más clara todas las tareas que deben ejecutarse para montar una empresa que brinde un espacio de negociación al cuerpo humano y la salud directamente.

Hay que considerar que el terreno que se encontrará instalada la empresa, es en los Ceibos, en la Ciudad de Guayaquil, el cual será bajo el método de Arriendo, y no tanto de la adquisición por compra e implementación de una infraestructura. Pero si se considerará como activo fijo, los equipos, la Website, los computadores, el sistema de control de acceso, etc. que se encuentren dentro del terreno y que hayan sido adquiridos dentro los períodos pre-operativo y operativo y que sean utilizadas directa o indirectamente dentro del proceso de implementación y elaboración del Centro de Desarrollo Corporal.

**Tabla 5.1 Inversión Total**

<b>INVERSION INICIAL</b>	
<b>Detalle</b>	<b>Valores</b>
Compra de equipos	\$ 68,240.00
Publicidad Y Pagina Web	\$ 3,000.00
Local	\$ 13,400.00
Constitucion de empresa y Pe	\$ 1,700.00
Sueldos Instructores	\$ 5,386.00
Equipos de oficina	\$ 1,345.00
Suministros de oficina	\$ 544.00
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 93,615.00</b>

Elaborado: La Autora.

En la tabla 5.1 se muestra el total de las inversiones a realizar para poner en marcha la empresa B-fit y que dará la comercialización y asesoramiento de cada uno de los ejercicios físicos más la venta de implementos deportivos, para un periodo de cinco años. Los activos Fijos incluyen:

Inversiones fijas: equipos de gimnasio, equipos de oficina, equipos de cómputo, maquinaria, muebles de oficina, los gastos preoperativos, el capital de trabajo, adecuaciones de local y el deposito de la garantía con respecto al valor del arriendo correspondiente a dos meses.

En la tabla 5.2, donde se muestra las maquinas que se requiere para que el proyecto, tanto en la fase pre-operativa como operativa, se tiene una inversión fija de \$57,890.00 valor que solo incluye los equipos que se requieren directamente para el Manejo de los ejercicios Físicos en el primer año.

**Tabla 5.2 Máquinas**

Concepto	Detalle		Valor Unitario	Cantidad	Valor total	total
Compra de Maquinas	Caminadoras		3,250.00	8.00	\$ 26,000.00	
	Elípticas		2,500.00	4.00	\$ 10,000.00	
	Pesas Varias	2 lbs	3.00	20.00	\$ 60.00	
		3 lbs	4.00	20.00	\$ 80.00	
		5 lbs	5.50	20.00	\$ 110.00	
	Steps		25.00	25.00	\$ 625.00	
	Sistema de contro de Acceso mas 100 tarjetas		0.00	0.00	\$ 1,715.00	
	Balones Pilates		5.00	25.00	\$ 125.00	
	Bandas Elásticas		9.00	25.00	\$ 225.00	
	Colchonetas		5.00	25.00	\$ 125.00	
	Bicicletas Estáticas		1,650.00	8.00	\$ 13,200.00	
Bicicletas Spinning		375.00	15.00	\$ 5,625.00	\$ 57,890.00	

**Elaborado:** La Autora

En la tabla 5.3, se muestra los muebles y enseres y equipos de oficina que se utilizaran para el centro de desarrollo corporal, estos valores y los muebles se pueden adquirir en la ciudad de Guayaquil.

**Tabla 5.3 Muebles y Enseres, equipos de Oficina**

Concepto	Detalle		Valor Unitario	Cantidad	Valor total	total
Compra de Equipos, muebles y enseres	Escritorios		\$ 450.00	2	\$ 900.00	
	Silla		\$ 25.00	8	\$ 200.00	
	Aire acondicionado - split 48000		\$ 7,200.00	1	\$ 7,200.00	
	Casilleros		\$ 50.00	20	\$ 1,000.00	
	Mueble de Entrada		\$ 200.00	1	\$ 200.00	
	vitrina Expositora de implementos		\$ 300.00	2	\$ 600.00	
	Sistema de seguridad contra robo e incendios				\$ 250.00	\$ 10,350.00

**Elaborado:** La autora

Gastos preoperativos: Conformados principalmente por los gastos del primer mes para el recurso humano, mas la movilización de los equipos hacia el punto de la ejecución del proyecto, servicios básicos del primer mes.

**Tabla 5.4 Gastos Preoperativos**

<b>CONCEPTO</b>	<b>Mes 0</b>
GASTOS DE PAGINA WEB	\$ 2,145.00
ARRIENDO	\$ 4,000.00
GASTOS PRE OPERATIVOS	\$ 9,400.00
SEGURO	\$ 36.00
ESCRITURA DE CONSTITUCION	\$ 1,700.00
GASTOS PUBLICIDAD	\$ 1,000.00
SERVICIO DE INTERNET ( NO HAY LUZ AGUA O TELE	\$ 56.00
SERVICIOS DE LIMPIEZA	\$ 200.00
SUMINISTROS DE OFICINA	\$ 200.00
<b>TOTAL DE GASTOS PREOPERATIVOS</b>	<b>\$ 18,737.00</b>

**Elaborado:** La Autora

### **5.3 DEPRECIACION DE LAS INVERSIONES FIJAS**

En el anexo 5.5 se discriminan las variables que se deben depreciar en el proyecto; como los muebles y enseres, las maquinas y equipos; Elementos importantes para la puesta en marcha del proyecto.

La depreciación se calcula sobre el equipo y la tecnología a un periodo de 3 años, 10 años para los muebles y enseres y 5 años para vehículos y/o automotores, y si son inmuebles, en este caso se deprecia para 20 años. En ambos casos mediante el método de línea recta.

Además de esta depreciación, se tiene en cuenta que la empresa, contempla adquirir en el tercer y cuarto año, dos caminadoras y 4 bicicletas respectivamente, lo cual implica una nueva depreciación que se le agregara a la anterior a partir de los años antes mencionados, estos cambios de valores se adicionan en el Balance, estados resultados y en el flujo de caja.

## **5.4 FINANCIAMIENTO**

Generalmente, para definir la viabilidad de un proyecto y posteriormente, dar inicio a su ejecución y operación, requiere conseguir los medios o recursos económicos, que permitan solventar los costos iniciales de las fases de preinversión, inversión y operación.

Para B-Fit, el capital inicial tiene como fuentes de financiación: través del préstamo bancario y capital propio.

Posteriormente, en el periodo operativo, hasta el año cinco (5), el dinero será captado por concepto de ventas suficiente para cubrir los costos y generar las ganancias.

Es importante aclarar que el monto de los dineros percibidos, a través de las formas de financiación planteadas, permite poner en marcha y operar el proyecto sin tener saldo negativo en caja, durante todos los años analizados.

### **5.4.1 Préstamos Bancarios**

En lo que respecta al financiamiento para el proyecto por medio de créditos, la diferencia del total de la inversión (incluido el capital de operación) se la prestará desde una entidad bancaria, Banco Nacional de Fomento, Corporación Financiera Nacional, alguna institución financiera privada existente que de créditos para estos proyectos.

El monto de la misma es relativamente bajo en comparación a otros proyectos de construcción, la tasa activa referencial es del 12,00 %, tomando

en consideración esta tasa puesta por el Banco Central. Esta tasa para un préstamo a 5 años plazo sin ninguno de gracia. Los datos generales del préstamo se los puede ver en el anexo 5.2, donde se puede apreciar su estructura de pago.

Considerando el análisis financiero del presente documento se tiene presupuestado solicitar un préstamo bancario de \$68,560.40 pagando cuotas fijas mensuales por 5 años. En este documento se totaliza anualmente y los pagos son mensuales.

Hay que también considerar, que la garantía para el préstamo bancario que se requiere, será pues, el departamento de una de las accionistas, valorado en \$80,000 localizado en Lomas de Urdesa.

#### **5.4.2 Capital Propio**

Se tiene previsto, comenzar en la ejecución del proyecto, con \$ 20,000.00, adicional a la inversión total que es de \$93,615.00.

### **5.5 COSTOS DE OPERACIÓN**

Los costos de operación están conformados por los costos de ventas y los gastos operativos, se considerarán costos totales y no unitarios.

#### **5.5.1 Costos de venta**

Así, los costos generales de venta corresponden corresponde a la membresía mensual del cliente que realiza ejercicios físicos en el centro de desarrollo corporal mas implementos deportivos que se van a comercializar, se presenta a continuación los costos de ventas de estos dos ingresos implican.

**Tabla 5.7 Costo de Ventas**

<b>Costos de Ventas</b>			
<b>Descripcion</b>	<b>Valores Mensuales</b>		<b>Valores Anuales</b>
Implementos deportiv	\$	200,00	\$ 2.400,00
Costo de Nomina	\$	5.386,00	\$ 64.632,00
Costo Aporte al less		1.417,85	\$ 17.014,15
<b>Total</b>			<b>\$ 84.046,15</b>

**Elaborado:** La Autora

### **5.5.2 Costo Generales del Recurso humano**

Los costos generales de administración consideran los sueldos y salarios de la nómina administrativa de la fase de operación.

Igualmente los costos de los servicios públicos de la oficina, donde operará el centro de desarrollo corporal y los suministros de oficina requeridos para la operación. Los gastos generales de ventas corresponden a gastos en publicidad y comercialización de los servicios que se dará.

**Tabla 5.8 Recursos Humanos**

Concepto	Detalle	Valor Unitario	Cantidad	Valor total	total
Sueldos Instructores	Entrenador 1 Aerobicos			\$ 400.00	
	Entrenador 2 Kickboxing			\$ 500.00	
	Entrenador 3 Aerobicos			\$ 500.00	
	Entrenador 4 Baile			\$ 500.00	
	Entrenador 5 Taibo			\$ 500.00	
	Entrenador 6 Spinning			\$ 400.00	
	ENTRENADOR 8 Asistente			\$ 400.00	
	ENTRENADOR 7 Asistente			\$ 300.00	
	ADMINISTRADOR			\$ 700.00	
	CONTADOR			\$ 500.00	
	RECEPCIONISTA			\$ 250.00	
	CONSERJE			\$ 218.00	
GUARDIA DE SEGURIDAD			\$ 218.00		
					\$ 5,386.00

**Elaborado:** La Autora

Una observación a la tabla 5.8 es que no consta la aportación que realiza la empresa en estudio, al aporte del seguro social el cual consta en el anexo 5.5, con un mayor análisis.

### 5.5.3 Gastos de Ventas

Dentro de Gasto de ventas, se encuentra la publicidad, se pone mucho valor, en gastar, en medios de comunicación visual, como es el radial, y en otros portales virtuales, así como también como en los medios de comunicación periódicos y revistas, estos valores son presentados en el anexo 5.4. También es un gasto de ventas el arriendo ya que se realiza todos los meses como se observa en el Anexo 5.7.

Tabla 5.9 Gastos de Ventas

<b>GASTOS DE VENTAS - PUBLICIDAD</b>			
<b>Medio</b>	<b>Costo año 2009</b>	<b>Mensual</b>	<b>Porcentaje</b>
Radio	\$ 216.00	\$ 18.00	10%
Revistas	\$ 648.00	\$ 54.00	30%
Periodicos	\$ 540.00	\$ 45.00	25%
Otras Web volantes	\$ 432.00	\$ 36.00	20%
	\$ 324.00	\$ 27.00	15%
<b>Total</b>	<b>\$ 2,160.00</b>	<b>\$ 180.00</b>	<b>100.0%</b>

Elaborado: La Autora

#### 5.5.4 Gastos de Administración

Los gastos de administración, no es otra cosa, que los flujos de egresos, que no son recuperables directamente con el precio. En este caso, son: los servicios básicos, arriendo, suministros de limpieza, etc., como se muestra en la tabla 5.9

**Tabla 5.9 Gastos Administrativos**

<b>Gastos Administrativos</b>			
<b>Descripcion</b>	<b>Valores Mensuales</b>		<b>Valores Anuales</b>
Seguro contra Robos y Si	\$	36,00	\$ 432,00
Servicios Basicos	\$	936,00	\$ 11.232,00
Articulos de Limpieza	\$	75,00	\$ 900,00
Arriendo	\$	2.000,00	\$ 24.000,00
Movilizacion(10% de inv)	\$	30,00	\$ 360,00
Suministros de oficina	\$	200,00	\$ 2.400,00
<b>TOTAL</b>		<b>\$ 3.277,00</b>	<b>\$ 39.324,00</b>

Elaborado: La Autora

## 5.6 PROYECCIONES FINANCIERAS

Los estados financieros que se consideran en el estudio del proyecto, para cada uno de los años de operación son: el Estado de Resultados o Estado de Pérdidas y Ganancias, Balance Proyectado (anexo 5.13) y el Flujo de Caja. Por regla general, la presentación de los estados financieros se acostumbra a hacer junto con los Indicadores para los análisis financieros y el análisis del Punto de equilibrio.

Los ingresos fueron proyectados a una tasa del 8.83%, tasa de inflación anual del 2008 y obtenida por dos situaciones: por la demanda proyectada en el capítulo anterior; y por la capacidad física - operativa que tendrá el desarrollo corporal, como se observa en el anexo 5.6.

### 5.6.1 Ingresos por concepto de Venta de Membresías.

En el anexo 5.6, se relaciona el nivel de comercialización, las unidades de membresías, que se pretenden vender en la modalidad de que el cliente

pueda abarcar totalmente a todas las actividades y ejercicios físicos del centro de desarrollo corporal como es el caso de Taibo, Kick Boxing, Aeróbicos, etc.

La cantidad de membresías que se venderán para el primer año, es de 3,328 personas que en promedio, son 277 personas mensualmente que podrán asistir al centro de desarrollo corporal. El resultado de este número se analiza con mayor detenimiento en el anexo 5.6<sup>6</sup>.

Vale acordar que los ingresos por implementos deportivos, será captada desde los mismos clientes a través de Internet, por ende se tiene como meta el 5% de las ventas por membresía.

### **5.6.2 Estado de Pérdidas y Ganancias**

El estado de pérdidas y ganancias consiste en resaltar los distintos costos, generados por la operación y financiación del proyecto y los ingresos percibidos en la operación, estos valores son presentados en el anexo 5.8

De acuerdo con la información de través del Banco Central del Ecuador y dado que el año 2.008 termina con una inflación proyectada anual de 8.83% los valores proyectados están indexados la inflación, donde, se determinan la utilidad bruta del periodo analizado y el valor de los impuestos a pagar y con ello, se calcula la utilidad neta. El proyecto tiene un nivel de excedentes de utilidad neta, que se convierte en la reserva con que se contará en casos especiales.

---

<sup>6</sup> Existe una tasa de deserción del 8%, obtenida de los deportistas de la Federación deportiva del Guayas, esto significa que mensualmente las personas abandonan o faltan.

### **5.6.3 Estado de Flujo de Caja Proyectado**

En este estado financiero se refleja la forma como se relacionan el manejo de las fuentes o entradas y el de los usos o salidas de efectivo. Es fundamental hallar el enlace en dicha relación, de lo contrario, pueden dejarse de percibir ingresos debido a la inmovilización de fondos o demoras en la ejecución del proyecto por falta de capital.

En su distribución, este cuadro toma las entradas de efectivo (recursos financieros, ingresos por concepto de ventas y valor remanente en el último año), y se resta las salidas de efectivo (incremento de los activos totales, costo de operación neto de depreciación y de amortización de diferidos, costos de financiación, pago de préstamo e impuestos, etc.). Con estos dos valores se obtiene el saldo acumulado de efectivo, el cual no debe ser negativo para que el proyecto sea viable.

Los cuadros de fuentes y usos de fondos de efectivo de la empresa B-FIT, expresados en la forma sencilla y en la forma como lo exige la banca comercial, se presentan en el anexo 5.10

## **5.7 EVALUACIÓN DEL PROYECTO**

La evaluación financiera de un proyecto, permite analizar lo que sucede con el valor del dinero en el tiempo. Para ello se emplean diferentes métodos económicos que suministran una información más real y acertada sobre la realidad financiera de la empresa

### **5.7.1 Evaluación Financiera**

Para esta evaluación se tendrá en cuenta el valor del dinero en el tiempo. Se hará el cálculo del valor presente neto y la relación costo beneficio

de acuerdo con el flujo de efectivo neto del Anexo 5.9, detallado anteriormente, y que se puede ver en la gráfica siguiente:

Para el cálculo del costo de capital se procedió a utilizar el modelo de fijación de activos de capital (CAPM), un modelo que describe la relación existente entre riesgo y rendimiento esperado. Donde el rendimiento esperado de un valor es la tasa libre de riesgo más una prima basada en el riesgo sistemático del valor.

En el modelo CAPM se asume que los mercados financieros son eficientes y que los inversionistas, como conjunto están diversificados en forma eficiente, y dan poca importancia al riesgo no sistemático. Por lo tanto el rendimiento requerido se lo define como:

$$R_j = R_i + B_j (R_m + R_i)$$

Donde:

$R_i$ : Tasa libre de riesgo

$R_m$ : Rendimiento esperado para el portafolio de Mercado

$B_j$ : Coeficiente beta para la acción j.

El calculo del retorno del Mercado se baso en el retorno promedio histórico de 100 datos mensuales del índice Standard & Poor 500, la tasa libre de riesgo en los T bills 90 días del gobierno norteamericano y el beta conocido de una empresa de que se dedique a vender el servicio de ejercicios físicos para el desarrollo corporal.

Asumiendo los resultados que muestran que:

<b>TASA DE DESCUENTO</b>		
MODELO CAMP:	$Re=rfr+\beta(rm-rfr)+cr$	
<b>TASA LIBRE DE RIESGO:</b>	U.S Treasury Bills 5 anos	2.73%
<b>BETA DE LA INDUSTRIA</b>	Riesgo de la Industria (Entertainment)	1.73%
<b>RENDIMIENTO DEL MERCADO</b>	Rendimiento mercado (entertainment)	18%
<b>RIESGO PAIS</b>	Tasa de los Bonos Global 2015 Ecuador	18.99%
	(-) Tasa U.S Treasury Bills	2.73%
		16.26%
		<b>19.25%</b>

Elaborado: La autora

La tasa 19.25% significa que se puede aceptar una inversión en una empresa como la que esta en este estudio.

### 5.7.2 Indicadores de Flujos de Fondo Efectivo

Utilizando la tasa calculada anteriormente para descontar los flujos (12,00%), se procedió a calcular el Valor Actual Neto (VAN) y la Tasa Interna de Retorno (TIR) de este proyecto teniendo los siguientes resultados:

Valor presente neto	VPN (i): \$28.708.67
Tasa interna de retorno	TIR = 30.82%

Con lo cual podemos decir que se acepta el proyecto dado que el  $VAN > 0$ .

### 5.7.2.1 Valor Presente Neto VPN

El valor presente neto del Centro de Desarrollo Corporal, a una tasa de interés del 12,00%, representa la ganancia extraordinaria, medida en unidades monetarias actuales, lo que significa que este método tiene en cuenta el valor del dinero en el tiempo.

Cálculo: el VAN a una tasa de interés de oportunidad del inversionista del 12.00%, es igual a la sumatoria del valor presente de los ingresos netos, menos la sumatoria del valor presente de los egresos netos.

$$\text{VAN} = \frac{\text{FC1}}{(1+\text{td})^1} + \frac{\text{FC2}}{(1+\text{td})^2} + \frac{\text{FC3}}{(1+\text{td})^3} + \frac{\text{FC4}}{(1+\text{td})^4} + \frac{\text{FC5}}{(1+\text{td})^5} - \text{INVERSION}$$

Interpretación financiera: para B-FIT, el valor presente neto a una tasa de interés de oportunidad del asociado que invertirá del 12,00%, es de \$28.708.67. Dicho resultado es positivo, es decir, mayor que cero, por lo tanto, se puede afirmar que el proyecto es viable desde en punto de vista financiero. Por lo tanto como el VAN es mayor a cero el proyecto es viable financieramente.

### 5.7.2.2 Tasa Interna de Retorno (TIR)

La Tasa Interna de Retorno (TIR) es la tasa de interés que hace que el Valor Presente Neto (VPN) de la comercializadora sea igual al cero (0).

Si el proyecto tiene flujos netos siempre positivos o siempre negativos, el VPN nunca podrá ser cero y por lo tanto será improbable encontrar la TIR.

Cálculo: la Tasa Interna de Retorno (TIR) se calculó de la siguiente manera: se establecieron los factores del Flujo de Efectivo Neto del proyecto y se tomó como variable la tasa  $i$  a la cual el Valor Presente Neto es cero.

Interpretación financiera: para el proyecto, la TIR es del 30,82% tasa que es superior a la tasa de oportunidad del asociado inversionista (19,25%), y a la tasa interés que impone una institución financiera (12,00%) por lo tanto el proyecto es viable y se justifica desde el punto de vista financiero.

## 5.8 PUNTO DE EQUILIBRIO

El concepto de punto de equilibrio permite establecer el punto donde los ingresos por ventas son iguales a los costos de operación y de financiación y determina el volumen de ventas que debe alcanzar la empresa B-FIT sin ocasionar pérdidas y pero también sin obtener utilidades.

El punto de equilibrio se expresará en términos de ingresos por concepto de ventas y se determinará gráficamente de acuerdo con el siguiente cuadro:

**Tabla 5.10 Calculo del Punto de Equilibrio**

<b>FORMULA PTO EQUILIBRIO \$</b>		
$PE\$ = CF / ((1 - CVU/PV) * Wi)$		
$PE\$ = CF / CP$		
PE\$= Punto de Equilibrio en dolares		\$ 120.977,63
CF= Costos Fijos		\$ 72.484,79
CP= Total Contribucion Ponderada		0,60
<b>PUNTO DE EQUILIBRIO MULTIPRODUCTO</b>		
Descripción	PTO. EQ. Numero de Unidades al año	PTO. EQ. Numero de Unidades al Mes
Servicios	1.920	160
Implementos	160	13

**Elaborado por:** La Autora

El punto de equilibrio es de 1,920 unidades de membresías en el año que se podría vender, menor a esta cantidad no es posible que el proyecto sea sostenible. Esto significa que por lo menos debería ingresar 160 personas al centro de desarrollo corporal en el mes, utilizando el servicio que ofrece B-Fit.

## **5.9 ANALISIS DE SENSIBILIDAD**

El análisis de sensibilidad tiene como objetivo, determinar la variación que se produciría en dichos resultados, como consecuencia de posibles desviaciones, de los valores asignados a las variables, que intervienen en los cálculos de los distintos indicadores, que permiten medir la bondad financiera del proyecto.

Dado que la incidencia de muchas variables afectan en mayor o menor grado los indicadores de rentabilidad, para el proyecto se consideran las siguientes variables:

1. Variación del precio de venta.
2. Variación de las cantidades vendidas.

Los costos de adecuación de la oficina y de más que afecta la operación son mínimos dado que la puesta en marcha del proyecto no requiere la compra de terrenos, ni la construcción de edificios. La adecuación, de la oficina con la que poseerá representa para el proyecto, la opción más económica para su implementación.

De acuerdo con lo anterior para el análisis de sensibilidad del proyecto se comentarán sobre los 2 aspectos.

### **5.9.1 Variación del precio de venta (Escenario Positivo)**

Actualmente el mercado está saturado de pésimos servicios en el área de gimnasios debido a diferentes factores pero los más representativos están en que las diferentes empresas no cuenta con un manejo adecuado de los ejercicios y del desarrollo corporal de cada uno de los clientes que asisten a estos centros, por lo que esta en juego a que los precios sean competitivos en otros gimnasios, dando un valor agregado. En este escenario del proyecto, se hará el análisis de la empresa en estudio si ofrece un incremento del 5% en el precio.

VAN: \$53,296.84

TIR: 40.09%

De acuerdo con estos valores se calcularon los diferentes indicadores como el Valor Presente Neto y la Tasa Interna de Retorno.

### **5.9.2 Variación de las Unidades de venta (Escenario Negativo).**

Se estimaron las cantidades de venta del proyecto Centro de Desarrollo Corporal. Estas cantidades, varían desde la demanda estimada, hasta una cantidad de venta mínima, con la cual la empresa puede sostenerse, sin percibir ingresos. De acuerdo con estas cantidades se calculan los diferentes indicadores como el Valor Presente Neto (VPN), y la Tasa Interna de Retorno (TIR). Si la cantidad demandada disminuye en un 5%

VAN: \$ 7,376.15

TIR: 22.41 %

### **5.9.3 Análisis de sensibilidad: VPN con cambios en el precio y la las unidades de Demanda.**

En el anexo 5.12, muestra posibles variaciones en los precios y en las unidades de demanda, para determinar el comportamiento del valor presente neto y la tasa interna de retorno

### **5.10 Razones Financieras**

Los índices de las razones que se muestran a continuación indican que el negocio sea bueno o malo, por si solos estos deberían ser comparados con los índices industriales que actualmente son inexistentes en el país. Los resultados de los índices se pueden observar en el anexo 5.15. Aunque se puede decir que todos los índices son positivos indicando de esta manera el estado financiero saludable de la empresa en estudio.

Se muestra las razones de Liquidez que muestran la relación que existe entre los activos circulantes de una empresa y sus pasivos circulantes; de tal forma, indican la capacidad de la empresa para satisfacer las deudas de vencimiento próximo. Adicionalmente se muestra Índices de Rentabilidad que Indica cual es el porcentaje que le corresponde a la utilidad operacional de las ventas netas, así también se muestra el nivel de endeudamiento y la actividad que tiene en las operaciones que realiza diariamente la empresa en estudio. A continuación se muestra los indicadores financieros en la tabla 5.12

**Tabla 5.12 Razones Financieras**

<b>"B FIT Cia Ltda"</b>						
<b>Razones Financieras</b>		<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>
<b>LIQUIDEZ</b>	Prueba Ácida (a c / pc )	2,97	4,34	3,81	4,31	5,16
	Capital de Trabajo ( ac - pc )	\$ 60.043,05	\$ 107.964,37	\$ 136.716,92	\$ 191.193,37	\$ 258.359,40
<b>RENTABILIDAD</b>	Margen Bruto de Utilidad (up/Ingresos)	30,71%	30,48%	32,67%	36,46%	36,77%
	Margen Neto de Utilidad (un/Ingresos)	25,35%	25,55%	28,41%	33,23%	34,30%
	Rendimiento sobre Activos (un/total a)	31,87%	28,33%	29,58%	32,10%	30,12%
	Rotación de Activos Totales (vtas/asctivos)	1,26	1,11	1,04	0,97	0,88
<b>ENDEUDAMIENTO</b>	Endeudamiento/solidez (total pasivo/total c)	0,68	0,56	0,44	0,34	0,26
	Deuda Capital ( total pasivo/capital)	5,64	5,74	5,43	5,24	4,74
<b>ACTIVIDAD</b>	Gastos de Operaciones (tg/Ingresos)	0,69	0,70	0,67	0,64	0,63

**Elaborado por:** La Autora

**CAPÍTULO 6 ANÁLISIS SOCIOECONÓMICO E**  
**IMPACTO AMBIENTAL**

## 6.1 ASPECTOS BÁSICOS

La evaluación social del proyecto consiste en comparar los beneficios que dichos costos implican para la sociedad; es decir, consiste en determinar el efecto del proyecto sobre el bienestar de la sociedad.

En términos del monto del ingreso nacional, los beneficios sociales anuales del proyecto, se miden por el aumento que el proyecto provoca en el ingreso nacional y los costos, por el ingreso nacional sacrificado por el hecho de haber llevado a cabo ese proyecto y no cualquier otro.

El proyecto será rentable en la medida que el ingreso nacional generado por éste, sea mayor o por lo menos, igual que el que se hubiera obtenido por ejecutar el mejor proyecto alternativo.

Se trata de un modelo de negocios sobre una plataforma de ejercicios físicos que mediante el uso de maquinas y el asesoramiento de los educadores, abre excelentes posibilidades del desarrollo corporal de la persona y la estabilidad física de esta.

Este proyecto hace participar directamente el desarrollo humano, en los siguientes puntos:

1. Sensibilización a la salud física del organismo de una persona
  - 1.1 Promocionar el proyecto durante su ejecución
  - 1.2 Presentaciones periódicas a los clientes respecto a la evolución del proyecto.
  - 1.3 Evaluar, aplicar y documentar resultados obtenidos

### **6.1.1 Evaluación Social**

Existe un amplio consenso respecto a los aportes fundamentales que los ejercicios físicos prestan al físico de una persona a la sociedad en si.

- Al realizar ejercicio disminuye el consumo de tabaco, dejando de lado los excesos de alimentos tóxicos y abusos. Se constituye así en un gran aporte al medio ambiente ya que los filtros del cigarrillo son una de las mayores causas de basura en el mundo.
- El local estará abastecido de bombillas fluorescentes compactas para ahorrar en el consumo de energía.
- Contar con tachos de basuras para desechos plásticos, vidrios, entre otros, incentivando el reciclaje.
- Transmite buenas energías
- El equilibrio físico y mental como norma de vida es positivo para las aspiraciones en la sociedad.

La investigación e implementación de este proyecto basado en el ejercicio físico como mejora de la calidad de vida del ser humano hace posible que el interés de la empresa no es solo de lucrarse sino que la persona asista normalmente por el interés que se tiene del organismo de cada uno de ellos. Si los consumidores se sienten bien por la atención personalizada, lo más lógico, es que sigan asistiendo por las tres variables antes mencionadas: mental, emocional y corporal.

Numerosos estudios califican al ejercicio físico como un factor importante para modificar la personalidad, considerándolo un elemento terapéutico logrando estabilidad emocional, autoestima, extroversión, entre otras; teniendo como una de las más importantes combatir el estrés.

El estrés es algo muy común hoy en día, que disminuye la capacidad de las personas para ejercer sus funciones y actividades normalmente. Esta es una de las principales causas de muchas enfermedades que atacan al ser humano, ya que la vida rutinaria los lleva a pensar no más allá de su trabajo, su hogar, estudios y no en su salud y bienestar integral.

Es por esto que la implementación de este proyecto será un aporte positivo para la sociedad, ya que promoverá y facilitará a los individuos el alcanzar a comprender su propio cuerpo, sus posibilidades, a conocer y dominar un número variado de actividades corporales y deportivas, de modo que en el futuro pueda escoger las más convenientes para su desarrollo y recreación personal.

Generalmente, durante la realización del ejercicio físico, el individuo o individuos practicantes del mismo sienten una purificación interior, lo utilizan también como descarga emocional. Se aprende a practicar deportes en equipo, compartiendo y disfrutando al aire libre. Aunque algunas veces se sienta cansancio muscular o físico, al finalizar la realización de la actividad se siente bienestar general, alivio emocional y descargado de toda tensión o stress.

La necesidad personal de encontrar un lugar, donde se pueda combinar el ejercicio físico y mental, es lo que nos incentivó a investigar este mercado, encontrando un nicho específico, donde tenemos la oportunidad de llevar a cabo este proyecto.

Este es un negocio que ya ha sido explotado, pero el enfoque hacia un equilibrio físico y mental se convierte en nuestra diferenciación.

## **6.2 EVALUACIÓN AMBIENTAL**

El impacto ambiental es la incidencia positiva y/o negativa sobre el medio ambiente, producida como resultado de cualquier actividad humana y del desarrollo de nuevas tecnologías para el desarrollo del ser humano como componente principal social y ambiental. Debido a la demanda creciente de recursos, es muy importante realizar una evaluación para identificar, predecir y valorar el impacto ambiental que las acciones a desarrollar puedan causar y proponer medidas adecuadas de atenuación o mitigación.

Este análisis se basa en la aplicación de técnicas de muestreo y búsqueda de información específica con el fin de hacer un estudio integral, sobre esta pequeña región, sus habitantes y sus recursos naturales. El desarrollo de esta investigación determina las causas y las posibles consecuencias de los problemas que afectaría a la región y su entorno natural actual para el proyecto.

### **6.2.1 Metodologías de Evaluación del Impacto Ambiental**

Un Estudio de Impacto Ambiental analiza un sistema complejo, con muchos factores distintos y con fenómenos que son muy difíciles de cuantificar. Para hacer estos estudios hay varios métodos y se usan unos u otros según la actividad de que se trate, el organismo que las haga o el que las exija.

Como ejemplo de uno de los métodos que se emplean en estos trabajos analizamos la llamada "**matriz de Leopold**" que fue el primer método utilizado para hacer estos estudios, en 1971, por el Servicio Geológico de los Estados Unidos.

Este sistema utiliza un cuadro de doble entrada (matriz). En las columnas pone las acciones humanas que pueden alterar el sistema y en las filas las características del medio que pueden ser alteradas. En el original hay 100 acciones y 88 factores ambientales, aunque no todos se utilizan en todos los casos. Cuando se comienza el estudio se tiene la matriz sin rellenar las cuadrículas. Se va mirando una a una las cuadrículas situadas bajo cada acción propuesta y se ve si puede causar impacto en el factor ambiental correspondiente. Si es así, se hace una diagonal. Cuando se ha completado la matriz se vuelve a cada una de las cuadrículas con diagonal y se pone a la izquierda un número de 1 a 10 que indica la magnitud del impacto. 10 la máxima y 1 la mínima (el 0 no vale). Con un + si el impacto es positivo y - si negativo. En la parte inferior derecha se califica de 1 a 10 la importancia del impacto, es decir, si es regional o solo local, etc.

Las sumas de columnas y filas permiten hacer posteriormente los comentarios que acompañan al estudio.

**Tabla 6.1 Matriz de Leopold Modificada**

COMPONENTES AMBIENTALES	ACCIONES PROPUESTAS													
	Eleccion del Terreno	Controles biologicos	Alteracion de la cubierta del suelo	Riego	Ruido y Vibraciones	Excavacion de pozos	Agricultura	Alimentacion	Conservacion de la Naturaleza	Aplicacion de Fertilizantes	Reciclado de Residuos	No de Alteraciones +	No de Alteraciones -	Suma I*M
<b>FISICAS Y QUIMICAS</b>														
<b>Suelo</b>														
Recursos Minerales										6/7		1		42
Suelos										7/8		1		56
Materiales de Construccion										8/9		1		72
<b>Rasgos Fisicos</b>														
<b>Agua</b>														
Superficial			7/9									1		72
Subterranea														
<b>CONDICIONES BIOLÓGICAS</b>														
<b>FLORA</b>														
Arboles										7/8		1		56
Herbaceas														
Microflora														
Cultivos														
Especie peligro en extincion														
<b>FACTORES CULTURALES</b>														
<b>Usos del suelo</b>														
Naturales y espacio	8/9											1		72
Agricultura														
<b>Estatus cultural</b>														
Estilo de Vida			6/7									1		42
Salud y Seguridad			6/7									1		42
Empleo			6/7									1		42
Densidad y Poblacion			6/7									1		42
No de Alteraciones +	1	5								4	10			538
No de Alteraciones -											0			
Suma I*M	72	240								226	538			

**Elaborado:** La Autora

Dentro de los componentes Físicos y Químicos en el suelo no se encuentra alteraciones negativas por ninguna maquinaria.

En las alteraciones positivas causadas en el proyecto se tiene un total de diez, no se eliminara elementos tóxicos en el suelo. Se logrará beneficios en el estilo de vida, manifestado por la conservación del medio

ambiente y disminución de la degradación de los recursos naturales, otros factores importantes son la contribución de mas empleos a los educadores físicos de los diferentes ejercicios que se realizaran en el centro de desarrollo corporal.

El proyecto no afecta significativamente de manera negativa el medio ambiente, por el contrario, afecta en mayor grado de manera positiva al ecosistema protegiendo sus condiciones biológicas, recursos naturales (flora y fauna), en lo que se refiere a la comercialización de suministros deportivos, no afecta tampoco al medio ambiente.

## **7. CONCLUSIONES**

En este apartado se presenta las principales conclusiones del proyecto realizada sobre los aspectos de economía en las soluciones físicas realizada a través de un centro de desarrollo corporal.

Este documento analiza un Estudio de Mercado y una investigación de mercado, donde describe las características de demanda y oferta que permiten el funcionamiento de este mercado de ejercicios físicos.

Adicionalmente, se plantea una propuesta de servicios por medio de ejercicios físicos asesorados personal y virtualmente para personas de medianos y altos recursos del sector de Ceibos y Vía la Costa, que les facilitara el acceso al consumo de un servicio para el buen manejo corporal y la adquisición de recursos deportivos necesarios para la buena estabilidad de la persona.

Los primeros resultados de esta investigación nos indican que este mercado opera en una situación de exceso de demanda, donde se clasifican principalmente dos segmentos que operan de manera simultanea. El primero segmento considera a aquellos agentes que pertenecen al mercado de ejercicios físicos, el cual se basa en la adquisición de un servicio integrado desde aeróbicos, Taibo, spinning, kick boxing, etc. El segundo segmento, de esta misma población, son familias que ganan mas \$400 y que quieren tener un mejor y mayor cuidado corporal en adquirir un implemento deportivo.

La demanda se caracteriza por tener una alta sensibilidad al entorno microeconómico. En Guayaquil, existen ciertas preferencias por habitar viviendas en propiedad, sin embargo dentro de esta investigación se ha identificado la presencia de costos muy diferentes de los materiales, en diferentes sectores de la ciudad.

La oferta de centro de desarrollo corporal va en crecimiento, tiene varios gimnasios, pero que no ninguno de estos dan, una asesoría personalizada y no

dan la seguridad y la estabilidad a que la persona asista normalmente a estos gimnasios que actualmente se encuentra abiertos.

Se obtiene un TIR y un VAN positivo el cual, da por aceptado el proyecto por viable y factible ya que la tasa interna de retorno es mayor a la Tasa minima atractiva de retorno y mayor a la tasa activa referencial. Así también el Van es mayor que cero, por que económica y financieramente el proyecto debe ser ejecutado con los parámetros antes estudiados.

Solucionar el problema del centro de desarrollo corporal para la gente de medianos y altos recursos, requerirá una amplia visión arquitectónica que nos permita satisfacer esta necesidad específica. Mas que una imagen, será pues un servicio de primera calidad de educadores físicos, hacia clientes exigentes, donde los primeros se encuentran ante la labor de investigar nuevas formas, nuevas maquinas, sistemas de ejercicios, y de implementos deportivos que puedan ser accesibles a estos clientes.

Dentro de los logros del prototipo podemos mencionar el hecho de que Guayaquil está inspirado precisamente en el interés que existe de cumplir una misión de salud-corporal: darle un espacio a quien desea estar en forma física. Todo esto se vuelve posible gracias a los conocimientos tecnológicos, arquitectónicos, climáticos y sociales que dan forma a este proyecto integrador.

Como una de las principales recomendaciones para la empresa en estudio es investigar continuamente nuevas formas de entrenamiento, es decir, tener una actualización constante.

Algo primordial para la esencia del negocio es la motivación de los instructores y capacitación de primera calidad.

En cuanto a los clientes se debe brindar el mejor ambiente posible, enfatizando en los siguientes puntos:

- Mantenimiento de equipos
- Salubridad
  - Ventilación
  - Asepsia
- Condiciones Higiénicas

De esta manera los clientes se sentirán a gusto y se ganara su fidelidad.

## **8. BIBLIOGRAFIA**

- Bravo, J.; Ochoa, V. & MENDOZA, O. (2006). "Proyecto de Inversión para la Implementación de un Gimnasio en el Sur de la Ciudad de Guayaquil (Sector Los Almendros", ICHE - ESPOL, Guayaquil, Ecuador
- Brian Hayhurst. *Gimnasia artística*. Barcelona, Parramón, 1983.
- Castañeda Claudia y Bolton Christopher, El Negocio del Ejercicio. 2008
- Jordi Huguet y Parellada. *Colección deporte 92. Gimnasia*. Barcelona, 1989.
- Federación Mexicana de Gimnasia. "Programa Nacional de Obligatorios". Edición 2005.
- Falkowski Meléndez, Manuel María -, Enríquez Ernesto. Mi gimnasio con todos sus elementos, Volumen 2.. Editor Lib. Deportivas Esteban Sanz, 1976.
- INEC, Instituto Nacional de Estadísticas y Censos. [www.inec.gov.ec](http://www.inec.gov.ec)
- Proyecto Avandep, Gimnasio del Dep. Benito Juárez.
- Prieto V. Víctor Manuel, El gimnasio moderno y la formación de la élite liberal bogotana, 1914-1948. Editor Universidad Pedagógica Nacional, 2000.
- Pearl Bill, La musculación: preparación a los deportes, acondicionamiento general, bodybuilding Edición 4. Editor Editorial Paidotribo, 1993

- Sapag Chain Nassir, Preparación y Evaluación de Proyectos. Mc Graw Hill, 2007.
- Garduño, María del Rocío Centro de Evolución Corporal y sus Objetivos de Desarrollo, 2008. Franquicia en México.  
<http://www.franchisekey.com/mx/franquicia-noticias/Franquicias-Centro-de-Evolucion-Corporal-y-sus-Objetivos-de-Desarrollo..htm>

## **9. ANEXOS**

## Anexo 5.1 Inversión Inicial

Concepto	Detalle	Valor Unitario	Cantidad	Valor total	total	
Compra de equipos	Caminadoras	3.250,00	8,00	\$ 26.000,00		
	Elípticas	2.500,00	4,00	\$ 10.000,00		
	Pesas Varias	2 lbs	3,00	20,00	\$ 60,00	
		3 lbs	4,00	20,00	\$ 80,00	
		5 lbs	5,50	20,00	\$ 110,00	
	Steps	25,00	25,00	\$ 625,00		
	Sistema de control de Acceso mas 100 tarjetas	0,00	0,00	\$ 1.715,00		
	Balones Pilates	5,00	25,00	\$ 125,00		
	Bandas Elásticas	9,00	25,00	\$ 225,00		
	Colchonetas	5,00	25,00	\$ 125,00		
	Bicicletas Estáticas	1.650,00	8,00	\$ 13.200,00		
	Bicicletas Spinning	375,00	15,00	\$ 5.625,00	\$ 57.890,00	
	Escritorios	\$ 450,00	2	\$ 900,00		
	Silla	\$ 25,00	8	\$ 200,00		
	Aire acondicionado - split 48000	\$ 7.200,00	1	\$ 7.200,00		
	Casilleros	\$ 50,00	20	\$ 1.000,00		
	Mueble de Entrada	\$ 200,00	1	\$ 200,00		
vitrina Expositora de implementos	\$ 300,00	2	\$ 600,00			
Sistema de seguridad contra robo e incendios			\$ 250,00	\$ 10.350,00		
Publicidad Y Pagina Web	Volantes y Radio	1.000,00	1,00	\$ 1.000,00		
	Elaboracion y Func	2.000,00	1,00	\$ 2.000,00	\$ 3.000,00	
Local	Depósito Garantía	4.000,00	1,00	\$ 4.000,00		
	Arriendo	2.000,00	1,00	\$ 2.000,00		
	Adecuación Baños y Camerinos	2.500,00	2,00	\$ 5.000,00		
	Iluminación	800,00	1,00	\$ 800,00		
	Piso	1.000,00	1,00	\$ 1.000,00		
	Espejos	600,00	1,00	\$ 600,00	\$ 13.400,00	
Constitucion de empresa y Permiso de Funcionamiento		1.200,00	1,00	\$ 1.200,00		
		500,00	1,00	\$ 500,00	\$ 1.700,00	
Sueldos Instructores	Entrenador 1 Aerobicos			\$ 400,00		
	Entrenador 2 Kickboxing			\$ 500,00		
	Entrenador 3 Aerobicos			\$ 500,00		
	Entrenador 4 Baile			\$ 500,00		
	Entrenador 5 Taibo			\$ 500,00		
	Entrenador 6 Spinning			\$ 400,00		
	ENTRENADOR 8 Asistente			\$ 400,00		
	ENTRENADOR 7 Asistente			\$ 300,00		
	ADMINISTRADOR			\$ 700,00		
	CONTADOR			\$ 500,00		
	RECEPCIONISTA			\$ 250,00		
CONSERJE			\$ 218,00			
GUARDIA DE SEGURIDAD			\$ 218,00			
				\$ 5.386,00		

## Anexo 5.2 Amortización

CONDICIONES PRESTAMO CFN								
<b>CAPITAL</b>	93.615							
<b>TASA INTERES ANUAL</b>	12%							
<b>PLAZO (AÑOS)</b>	8							
<b>PLAZO (AÑOS)- 2 DE GRACIA</b>	6							
<b>FORMA PAGO: semestral</b>	2							
<b>Numero de pagos:</b>	12							
<b>AMORTIZACION</b>								
						.....ANUALIZADOS.....		
CUADRO PAGO	CAPITAL	INTERES	ABONO	DIVIDENDO	SALDO CAPI	PAGO EFECT	ABONO CAP	INTERES
Jun-año1	93.615,00	5.616,90		5.616,90	93.615,00			
Dic-año1	93.615,00	5.616,90		5.616,90	93.615,00	11.233,80	0,00	11.233,80
Jun-año2	93.615,00	5.616,90		5.616,90	93.615,00			
Dic-año2	93.615,00	5.616,90		5.616,90	93.615,00	11.233,80	0,00	11.233,80
Jun-año3	88.065,78	5.616,90	5.549,22	11.166,12	88.065,78			
Dic-año3	82.183,61	5.283,95	5.882,17	11.166,12	82.183,61	22.332,24	11.431,39	10.900,85
Jun-año4	75.948,51	4.931,02	6.235,10	11.166,12	75.948,51			
Dic-año4	69.339,30	4.556,91	6.609,21	11.166,12	69.339,30	22.332,24	12.844,31	9.487,93
Jun-año5	62.333,54	4.160,36	7.005,76	11.166,12	62.333,54			
Dic-año5	54.907,43	3.740,01	7.426,11	11.166,12	54.907,43	22.332,24	14.431,87	7.900,37
Jun-año6	47.035,76	3.294,45	7.871,67	11.166,12	47.035,76			
Dic-año6	38.691,78	2.822,15	8.343,97	11.166,12	38.691,78	22.332,24	16.215,65	6.116,59
Jun-año7	29.847,17	2.321,51	8.844,61	11.166,12	29.847,17			
Dic-año7	20.471,88	1.790,83	9.375,29	11.166,12	20.471,88	22.332,24	18.219,90	4.112,34
Jun-año8	10.534,07	1.228,31	9.937,81	11.166,12	10.534,07			
Dic-año8	0,00	632,04	10.534,07	11.166,12	0,00	22.332,24	20.471,88	1.860,36

### Anexo 5.3 Depreciación y Amortización de Gastos Preoperativos

<b>DEPRECIACION Y AMORTIZACION</b>					
	Periodo	PAAG	V.Actual	Depreciación	Depreciación Acumulada
<b>EQUIPOS VARIOS TECNOLOGIA</b>	0		\$ 1.345,00		\$ -
3 AÑOS	1	33%	\$ 896,71	\$ 448,29	\$ 448,29
	2	33%	\$ 448,42	\$ 448,29	\$ 896,58
	3	33%	\$ -	\$ 448,42	\$ 1.345,00
<b>MUEBLES Y ENSERES y Equipos</b>	0		\$ 68.240,00		
(10 AÑOS)	1	10%	\$ 61.416,00	\$ 6.824,00	\$ 6.824,00
	2	10%	\$ 54.592,00	\$ 6.824,00	\$ 13.648,00
	3	10%	\$ 47.768,00	\$ 6.824,00	\$ 20.472,00
	4	10%	\$ 40.944,00	\$ 6.824,00	\$ 27.296,00
	5	10%	\$ 34.120,00	\$ 6.824,00	\$ 34.120,00
<b>TOTA DEPRECIACION</b>				<b>\$ 35.485,00</b>	
<b>AMORTIZACION</b>					
<b>SOFTWARE</b>	0		\$ 800,00		
(5 AÑOS)	1	20%	\$ 640,00	\$ 160,00	\$ 160,00
	2	20%	\$ 480,00	\$ 160,00	\$ 320,00
	3	20%	\$ 320,00	\$ 160,00	\$ 480,00
	4	20%	\$ 160,00	\$ 160,00	\$ 640,00
	5	20%	\$ -	\$ 160,00	\$ 800,00
<b>GASTOS PRE-OPERACIONALES</b>					
Varios Gastos constitución cia.	0		\$ 1.458,00		
	1	20%	\$ 1.164,80	\$ 291,20	\$ 291,20
	2	20%	\$ 873,60	\$ 291,20	\$ 582,40
	3	20%	\$ 582,40	\$ 291,20	\$ 873,60
	4	20%	\$ 291,20	\$ 291,20	\$ 1.164,80
	5	20%	\$ -	\$ 291,20	\$ 1.458,00
<b>GASTOS PRE-OPERACIONALES</b>					
Varios	0		\$ 15.136,00		
	1	20%	\$ 12.108,80	\$ 3.027,20	\$ 3.027,20
	2	20%	\$ 9.081,60	\$ 3.027,20	\$ 6.054,40
	3	20%	\$ 6.054,40	\$ 3.027,20	\$ 9.081,60
	4	20%	\$ 3.027,20	\$ 3.027,20	\$ 12.108,80
	5	20%	\$ -	\$ 3.027,20	\$ 15.136,00
<b>TOTAL AMORTIZACION</b>				<b>\$ 17.392,00</b>	
<b>Depreciacion 3 er ano 2 Caminadoras</b>	0		\$ 6.500,00		
3	1	10%	\$ 5.850,00	\$ 650,00	\$ 650,00
4	2	10%	\$ 5.200,00	\$ 650,00	\$ 1.300,00
5,00	3	10%	\$ 4.550,00	\$ 650,00	\$ 1.950,00
	4	10%	\$ 3.900,00	\$ 650,00	\$ 2.600,00
	5	10%	\$ 3.250,00	\$ 650,00	\$ 3.250,00
<b>Depreciacion 3 er ano 4 bicicletas</b>	0		\$ 6.600,00		
4	1	0,1	\$ 5.940,00	\$ 660,00	\$ 660,00
5	2	10%	\$ 5.280,00	\$ 660,00	\$ 1.320,00
	3	10%	\$ 4.620,00	\$ 660,00	\$ 1.980,00
	4	10%	\$ 3.960,00	\$ 660,00	\$ 2.640,00
	5	10%	\$ 3.300,00	\$ 660,00	\$ 3.300,00
<b>TOTA DEPRECIACION</b>				<b>\$ 6.550,00</b>	

## Anexo 5.4 Gastos de Ventas

<b>GASTOS DE VENTAS - PUBLICIDAD</b>			
<b>Medio</b>	<b>Costo año 2009</b>	<b>Mensual</b>	<b>Porcentaje</b>
Radio	\$ 216.00	\$ 18.00	10%
Revistas	\$ 648.00	\$ 54.00	30%
Periodicos	\$ 540.00	\$ 45.00	25%
Otras Web volantes	\$ 432.00	\$ 36.00	20%
	\$ 324.00	\$ 27.00	15%
<b>Total</b>	<b>\$ 2,160.00</b>	<b>\$ 180.00</b>	100.0%

## Anexo 5.5 Nomina del Personal

Nómina del Personal Administrativo						EMPLEADOR		Beneficios por ley			TOTAL		
	# de personas	Sueldo	IEES 9.35%	Sueldo Total	Total	IEES 12,15%	Total 12,15%	14 sueldo	Vacaciones	Fondos de reserva	total beneficios sociales	beneficios provisionados al mes	total sueldo mas beneficio
Entrenador 1 Aerobicos	1	\$ 400,00	\$ 37,40	\$ 362,60	\$ 362,60	\$ 48,60	\$ 48,60	\$ 218,00	\$ 200,00	\$ 400,00	\$ 1.266,60	\$ 105,55	\$ 505,55
Entrenador 2 Kickboxing	1	\$ 500,00	\$ 46,75	\$ 453,25	\$ 453,25	\$ 60,75	\$ 60,75	\$ 218,00	\$ 250,00	\$ 500,00	\$ 1.528,75	\$ 127,40	\$ 627,40
Entrenador 3 Aerobicos	2	\$ 500,00	\$ 46,75	\$ 453,25	\$ 906,50	\$ 60,75	\$ 121,50	\$ 218,00	\$ 250,00	\$ 500,00	\$ 1.589,50	\$ 132,46	\$ 632,46
Entrenador 4 Baile	1	\$ 500,00	\$ 46,75	\$ 453,25	\$ 453,25	\$ 60,75	\$ 60,75	\$ 218,00	\$ 250,00	\$ 500,00	\$ 1.528,75	\$ 127,40	\$ 627,40
Entrenador 5 Taibo	1	\$ 500,00	\$ 46,75	\$ 453,25	\$ 453,25	\$ 60,75	\$ 60,75	\$ 218,00	\$ 250,00	\$ 500,00	\$ 1.528,75	\$ 127,40	\$ 627,40
Entrenador 6 Spinning	1	\$ 400,00	\$ 37,40	\$ 362,60	\$ 362,60	\$ 48,60	\$ 48,60	\$ 218,00	\$ 200,00	\$ 400,00	\$ 1.266,60	\$ 105,55	\$ 505,55
ENTRENADOR 8 Asistente	1	\$ 400,00	\$ 37,40	\$ 362,60	\$ 362,60	\$ 48,60	\$ 48,60	\$ 218,00	\$ 200,00	\$ 400,00	\$ 1.266,60	\$ 105,55	\$ 505,55
ENTRENADOR 7 Asistente	1	\$ 300,00	\$ 28,05	\$ 271,95	\$ 271,95	\$ 36,45	\$ 36,45	\$ 218,00	\$ 150,00	\$ 300,00	\$ 1.004,45	\$ 83,70	\$ 383,70
ADMINISTRADOR	1	\$ 700,00	\$ 65,45	\$ 634,55	\$ 634,55	\$ 85,05	\$ 85,05	\$ 218,00	\$ 350,00	\$ 700,00	\$ 2.053,05	\$ 171,09	\$ 871,09
CONTADOR	1	\$ 500,00	\$ 46,75	\$ 453,25	\$ 453,25	\$ 60,75	\$ 60,75	\$ 218,00	\$ 250,00	\$ 500,00	\$ 1.528,75	\$ 127,40	\$ 627,40
RECEPCIONISTA	1	\$ 250,00	\$ 23,38	\$ 226,63	\$ 226,63	\$ 30,38	\$ 30,38	\$ 218,00	\$ 125,00	\$ 250,00	\$ 873,38	\$ 72,78	\$ 322,78
CONSERJE	1	\$ 218,00	\$ 20,38	\$ 197,62	\$ 197,62	\$ 26,49	\$ 26,49	\$ 218,00	\$ 109,00	\$ 218,00	\$ 789,49	\$ 65,79	\$ 283,79
GUARDIA DE SEGURIDAD	1	\$ 218,00	\$ 20,38	\$ 197,62	\$ 197,62	\$ 26,49	\$ 26,49	\$ 218,00	\$ 109,00	\$ 218,00	\$ 789,49	\$ 65,79	\$ 283,79
<b>Total nomina</b>	<b>14</b>	<b>\$ 5.386</b>	<b>\$ 504</b>	<b>\$ 4.882</b>	<b>\$ 5.336</b>	<b>\$ 654</b>	<b>\$ 715</b>	<b>\$ 2.834</b>	<b>\$ 2.693</b>	<b>\$ 5.386</b>	<b>\$ 17.014</b>	<b>\$ 1.418</b>	<b>\$ 6.804</b>

1,0883

<b>TOTAL SUELDOS Y SALARIOS MENSUAL</b>	<b>\$ 6.089</b>	ano 1	ano 2	ano 3	ano 4	ano 5	
<b>TOTAL SUELDOS Y SALARIOS ANUAL</b>	<b>\$ 17.014</b>	<b>Nomina</b>	\$ 64.632	70.339,01	76.549,94	83.309,30	90.665,51
		<b>Beneficios sociales</b>	\$ 17.014	18.516,50	20.151,51	21.930,88	23.867,38
		<b>total</b>	<b>\$ 81.646</b>	<b>\$ 88.856</b>	<b>\$ 96.701</b>	<b>\$ 105.240</b>	<b>\$ 114.533</b>

## Anexo 5.6 Ingresos Projectados

INGRESOS POR SERVICIO										
	Maquinas	Personas	Horas de atención	Horas Promedio	H a/ H p	Personas * ha/hp	Tasa de desercion diaria	Asistencia Neta	Capacidad total ( Personas )	
Caminadoras	8	8.00	16	2	8	64	5.12	58.88	14	
Elípticas	4	4.00	16	2	8	32	2.56	29.44	7	
Pesas Varias 2	20	20.00	16	2	8	160	12.8	147.2	36	
Pesas Varias 3	20	20.00	16	2	8	160	12.8	147.2	36	
Pesas Varias 5	20	20.00	16	2	8	160	12.8	147.2	36	
Steps	25	25.00	16	2	8	200	16	184	44	
Balones Pilates	25	25.00	16	2	8	200	16	184	44	
Bandas Elásticas	25	25.00	16	2	8	200	16	184	44	
Colchonetas	25	25.00	16	2	8	200	16	184	44	
Bicicletas Estáticas	8	8.00	16	2	8	64	5.12	58.88	14	
Bicicletas Spinning	15	15.00	16	2	8	120	9.6	110.4	27	
Gimnasia Ritmo		20.00	16	2	8	160	12.8	147.2	36	
Artes Marciales		10.00	16	2	8	80	6.4	73.6	18	
		225.00				1800		1656	400	

Valor mensual: **\$ 60**

Meses	Clientes nuevos	Deserción	Total clientes	Ventas en \$
Diciembre	400	-	400	\$ 24,000.00
Noviembre	368	32	336	\$ 20,160.00
Octubre	336	29	307	\$ 18,393.60
Septiembre	307	27	280	\$ 16,780.80
Agosto	280	25	255	\$ 15,309.31
Julio	255	22	233	\$ 13,966.85
Junio	233	20	212	\$ 12,742.10
Mayo	233	19	214	\$ 12,849.50
Abril	255	19	237	\$ 14,191.96
Marzo	280	20	259	\$ 15,556.06
Febrero	307	22	284	\$ 17,051.14
Enero	336	25	311	\$ 18,688.51
<b>Total</b>	<b>3328</b>		<b>277</b>	<b>\$ 199,689.83</b>

## INGRESOS POR COMPRA DE IMPLEMENTOS

Meses	% Clientes		Costo	Margen de Ga
	Total clientes	Ventas		
Diciembre	400	1,200.00	200	\$ 1,000.00
Noviembre	336	1,008.00	200	\$ 808.00
Octubre	307	919.68	200	\$ 719.68
Septiembre	280	839.04	200	\$ 639.04
Agosto	255	765.47	200	\$ 565.47
Julio	233	698.34	200	\$ 498.34
Junio	212	637.11	200	\$ 437.11
Mayo	214	642.48	200	\$ 442.48
Abril	237	709.60	200	\$ 509.60
Marzo	259	777.80	200	\$ 577.80
Febrero	284	852.56	200	\$ 652.56
Enero	311	934.43	200	\$ 734.43
<b>Total</b>	<b>277</b>	<b>9,984.49</b>		

## Anexo 5.7 Costo de Venta Unitario Servicio/Implemento

Gastos Administrativos		
Descripcion	Valores Mensuales	Valores Anuales
Seguro contra Robos y S	\$ 36,00	\$ 432,00
Servicios Basicos	\$ 936,00	\$ 11.232,00
Articulos de Limpieza	\$ 75,00	\$ 900,00
Arriendo	\$ 2.000,00	\$ 24.000,00
Movilizacion(10% de inv)	\$ 30,00	\$ 360,00
Suministros de oficina	\$ 200,00	\$ 2.400,00
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 3.277,00</b>	<b>\$ 39.324,00</b>
<b>Costo de Venta unitario Membresia</b>		
Gastos Generales		\$ 81.646,15
Numero de usuarios al Anio		3328
Gastos Generales totalesUnitario		\$ 24,53
<b>Costo de Venta unitario Implementos</b>		
Costos		\$ 8,85
Numero de usuarios al Anio		277,3469867

Costos de Ventas		
Descripcion	Valores Mensuales	Valores Anuales
Implementos deportiv	\$ 200,00	\$ 2.400,00
Costo de Nomina	\$ 5.386,00	\$ 64.632,00
Costo Aporte al less	1.417,85	\$ 17.014,15
<b>Total</b>		<b>\$ 84.046,15</b>

Gastos de Ventas		
Descripcion	Valores Mensuales	Valores Anuales
Publicidad	\$ 180,00	\$ 2.160,00
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 180,00</b>	<b>\$ 2.160,00</b>

## Anexo 5.8 Estado de Resultados

"B FIT Cia.Ltda"					
<b>ESTADO DE RESULTADOS</b>					
Al 31 de Diciembre del 2010					
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
<b>Ingresos</b>					
Ingresos por servicios	\$ 209.674,32	\$ 228.188,56	\$ 256.053,63	\$ 294.095,20	\$ 320.063,80
<b>Gastos de operación</b>					
Leyes sociales	\$ 8.581,79	\$ 10.795,94	\$ 11.749,23	\$ 12.786,68	\$ 13.915,75
Costos de Implementos deportivos	\$ 2.400,00	\$ 2.611,92	\$ 2.850,24	\$ 3.110,31	\$ 3.384,96
Sueldos	\$ 81.646,15	\$ 88.855,50	\$ 96.701,44	\$ 105.240,18	\$ 114.532,89
Arriendo	\$ 24.000,00	\$ 26.119,20	\$ 28.425,53	\$ 30.935,50	\$ 33.667,10
Gastos Administrativos	\$ 17.472,00	\$ 19.044,48	\$ 20.758,48	\$ 22.626,75	\$ 24.663,15
Seguro	\$ 432,00	\$ 470,15	\$ 511,66	\$ 556,84	\$ 606,01
Depreciación	\$ 10.750,69	\$ 10.750,69	\$ 11.400,82	\$ 11.612,40	\$ 11.612,40
<b>TOTAL DE GASTOS</b>	<b>\$ 145.282,63</b>	<b>\$ 158.647,88</b>	<b>\$ 172.397,41</b>	<b>\$ 186.868,66</b>	<b>\$ 202.382,26</b>
Utilidad en operacion	\$ 64.391,70	\$ 69.540,68	\$ 83.656,22	\$ 107.226,53	\$ 117.681,54
Pago de intereses	\$ (11.233,80)	\$ (11.233,80)	\$ (10.900,85)	\$ (9.487,93)	\$ (7.900,37)
Utilidad neta	\$ 53.157,90	\$ 58.306,88	\$ 72.755,38	\$ 97.738,60	\$ 109.781,17
Participacion de trabajadores	\$ 7.973,68	\$ 8.746,03	\$ 10.913,31	\$ 14.660,79	\$ 16.467,18
Utilidad antes de impuestos	\$ 45.184,21	\$ 49.560,85	\$ 61.842,07	\$ 83.077,81	\$ 93.314,00
25% imp a la renta	\$ 11.296,05	\$ 12.390,21	\$ 15.460,52	\$ 20.769,45	\$ 23.328,50
Utilidad despues de impuestos	\$ 33.888,16	\$ 37.170,64	\$ 46.381,55	\$ 62.308,36	\$ 69.985,50
10% Reserva legal	\$ 3.388,82	\$ 3.717,06	\$ 4.638,16	\$ 6.230,84	\$ 6.998,55
<b>Utilidad libre disposicion accionistas</b>	<b>\$ 30.499,34</b>	<b>\$ 33.453,57</b>	<b>\$ 41.743,40</b>	<b>\$ 56.077,52</b>	<b>\$ 62.986,95</b>

## Anexo 5.9 Modelo CAPM

<b>TASA DE DESCUENTO</b>		
MODELO CAMP:	$Re=rfr+\beta(rm-rfr)+cr$	
<b>TASA LIBRE DE RIESGO:</b>	U.S Treasury Bills 5 anos	2.73%
<b>BETA DE LA INDUSTRIA</b>	Riesgo de la Industria (Entertainment)	1.73%
<b>RENDIMIENTO DEL MERCADO</b>	Rendimiento mercado (entertainment)	18%
<b>RIESGO PAIS</b>	Tasa de los Bonos Global 2015 Ecuador	18.99%
	(-) Tasa U.S Treasury Bills	2.73%
		<b>16.26%</b>
		<b>19.25%</b>

## Anexo 5.10 Flujo de Caja Mes- Anual

CONCEPTO	PRIMER TRIMESTRE			SEGUNDO TRIMESTRE			TERCER TRIMESTRE			CUARTO TRIMESTRE			Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	
	Mes 0	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11						Mes 12
MAS: APORTE SOCIOS	20.000,00																	
MAS: PTMO CFN	93.615,00																	
CAJA INICIAL	113.615,00	26.638,00	35.765,09	43.172,94	49.010,95	50.582,67	53.578,80	45.459,26	49.628,60	55.207,54	62.331,53	71.148,96	81.821,12	26.638,00	90.546,58	140.334,42	185.422,98	248.955,85
INGRESOS POR INSCRIPCIONES		18.688,51	17.051,14	15.556,06	14.191,96	12.849,50	12.742,10	13.966,85	15.309,31	16.780,80	18.393,60	20.160,00	24.000,00	199.689,83	217.322,44	243.860,60	280.090,66	304.822,67
INGRESOS POR IMPLEMENTOS		934,43	852,56	777,80	709,60	642,48	637,11	696,34	765,47	839,04	919,68	1.008,00	1.200,00	9.984,49	10.866,12	12.193,03	14.004,53	15.241,13
<b>TOTAL DISPONIBLE</b>		19.622,94	17.903,69	16.333,86	14.901,56	13.491,98	13.379,21	14.665,19	16.074,78	17.619,84	19.313,28	21.168,00	25.200,00	209.674,32	228.188,56	256.053,63	294.095,20	320.063,80
MENOS: INVERSIONES EN ACTIVOS FIJOS	68.240,00															6.500,00	6.600,00	
GASTOS DE PAGINA WEB	\$ 2.145,00																	
GASTOS DE PERSONAL		6.088,70	6.088,70	6.088,70	8.922,70	6.088,70	11.474,70	6.088,70	6.088,70	6.088,70	6.088,70	6.088,70	11.474,70	81.646,15	88.855,50	96.701,44	105.240,18	114.532,89
COSTOS DE IMPLEMENTOS		200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	2.400,00	2.611,92	2.850,24	3.110,31	3.384,96
ARRIENDO	\$ 4.000,00	2.000,00	2.000,00	2.000,00	2.000,00	2.000,00	2.000,00	2.000,00	2.000,00	2.000,00	2.000,00	2.000,00	2.000,00	24.000,00	26.119,20	28.425,53	30.935,50	33.667,10
GASTOS PRE OPERATIVOS	\$ 9.400,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00					
SEGURO	\$ 36,00	36,00	36,00	36,00	36,00	36,00	36,00	36,00	36,00	36,00	36,00	36,00	36,00	432,00	470,15	511,66	556,84	606,01
ESCRITURA DE CONSTITUCION	\$ 1.700,00																	
<b>MENOS: EGRESOS POR GASTOS DE OPERACIÓN</b>	\$ 15.136,00	2.036,00	2.036,00	2.036,00	2.036,00	2.036,00	2.036,00	2.036,00	2.036,00	2.036,00	2.036,00	2.036,00	2.036,00	24.432,00	26.589,35	28.937,18	31.492,34	34.273,11
GASTOS FIJOS ( LUZ, AGUA, TELEFONO )		880,00	880,00	880,00	880,00	880,00	880,00	880,00	880,00	880,00	880,00	880,00	880,00	10.560,00	11.510,40	12.546,34	13.675,51	14.906,30
GASTOS PUBLICIDAD	\$ 1.000,00	180,00	180,00	180,00	180,00	180,00	180,00	180,00	180,00	180,00	180,00	180,00	180,00	2.160,00	2.360,73	2.558,30	2.784,19	3.030,04
SERVICIO DE INTERNET ( NO HAY LUZ AGUA O TELEFONO )	\$ 56,00	56,00	56,00	56,00	56,00	56,00	56,00	56,00	56,00	56,00	56,00	56,00	56,00	672,00	732,48	798,40	870,26	948,58
SERVICIOS DE LIMPIEZA	\$ 200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	2.400,00	2.616,00	2.851,44	3.108,07	3.387,80
SUMINISTROS DE OFICINA	\$ 200,00	60,00	60,00	60,00	60,00	60,00	60,00	60,00	60,00	60,00	60,00	60,00	60,00	720,00	784,80	855,43	932,42	1.016,34
IMPREVISTOS		80,00	80,00	80,00	80,00	80,00	80,00	80,00	80,00	80,00	80,00	80,00	80,00	960,00	1.046,40	1.140,58	1.243,23	1.355,12
GASTOS DE MANTENIMIENTO														560,00	610,40	666,34	725,22	
<b>MENOS: EGRESOS POR GASTOS DE ADMINST</b>	\$ 1.456,00	1.456,00	1.456,00	1.456,00	1.456,00	1.456,00	1.456,00	1.456,00	1.456,00	1.456,00	1.456,00	1.456,00	1.456,00	17.472,00	19.044,48	20.758,48	22.626,75	24.663,15
IMPUESTO A LA RENTA															11.296,05	12.390,21	15.460,52	20.769,45
PARTICIPACIÓN EMPLEADOS															7.973,88	8.746,03	10.913,31	14.680,79
IESS		715,15	715,15	715,15	715,15	715,15	715,15	715,15	715,15	715,15	715,15	715,15	715,15	8.581,79	10.795,94	11.749,23	12.786,68	13.915,75
<b>TOTAL EGRESOS</b>	\$ 86.977,00	10.495,85	10.495,85	10.495,85	13.329,85	10.495,85	15.881,85	10.495,85	10.495,85	10.495,85	10.495,85	10.495,85	15.881,85	134.531,94	167.166,93	188.632,83	208.230,09	226.200,10
<b>NETO DISPONIBLE</b>	\$ (86.977,00)	9.127,09	7.407,85	5.838,01	1.571,72	2.996,13	-2.502,64	4.169,34	5.578,93	7.123,99	8.817,43	10.672,15	9.318,15	75.142,38	61.021,63	67.420,80	85.865,11	93.863,70
menos: AMORTIZACION PTMO BANCARIO							5.616,90						5.616,90	11.233,80	11.233,80	22.332,24	22.332,24	22.332,24
<b>CAJA FINAL</b>	\$ 26.638,00	35.765,09	43.172,94	49.010,95	50.582,67	53.578,80	45.459,26	49.628,60	55.207,54	62.331,53	71.148,96	81.821,12	85.522,37	90.546,58	140.334,42	185.422,98	248.955,85	320.487,31

## Anexo 5.10.2 Flujo de Caja Resumido Anual

### ANEXO 5.10 FLUJO DE CAJA Y USO DE FONDOS EFECTIVO

	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
			1,0883	1,122114206	1,148568742	1,0883
<b>Ventas</b>	\$	209.674,32	\$ 228.188,56	\$ 256.053,63	\$ 294.095,20	\$ 320.063,80
Costos de Operación	\$	84.046,15	\$ 91.467,42	\$ 99.551,69	\$ 108.350,50	\$ 117.917,85
Gastos de Ventas	\$	2.160,00	\$ 2.350,73	\$ 2.558,30	\$ 2.784,19	\$ 3.030,04
Gastos de Administración	\$	48.864,00	\$ 53.738,69	\$ 58.484,77	\$ 63.650,01	\$ 69.271,44
Depreciaciones	\$	10.750,69	\$ 10.750,69	\$ 11.400,82	\$ 11.612,40	\$ 11.612,40
Intereses	\$	11.233,80	\$ 11.233,80	\$ 10.900,85	\$ 9.487,93	\$ 7.900,37
<b>Utilidad antes de Part. Trab.</b>	\$	52.619,68	\$ 58.647,23	\$ 73.157,20	\$ 98.210,16	\$ 110.331,71
Particip. Trabajadores (15%)	\$	7.892,95	\$ 8.797,08	\$ 10.973,58	\$ 14.731,52	\$ 16.549,76
<b>Utilidad antes de Impuestos</b>	\$	44.726,73	\$ 49.850,15	\$ 62.183,62	\$ 83.478,64	\$ 93.781,95
Impuesto a la Renta (25%)	\$	11.181,68	\$ 12.462,54	\$ 15.545,91	\$ 20.869,66	\$ 23.445,49
<b>Utilidad Neta</b>	\$	33.545,05	\$ 37.387,61	\$ 46.637,72	\$ 62.608,98	\$ 70.336,46
Depreciaciones	\$	10.750,69	\$ 10.750,69	\$ 11.400,82	\$ 11.400,82	\$ 11.400,82
Amortización	\$	-11.233,80	\$ -11.233,80	\$ -22.332,24	\$ -22.332,24	\$ -22.332,24
Inversión						
<i>Compra de equipos</i>	\$	-68.240,00				
<i>Publicidad Y Pagina Web</i>	\$	-3.000,00				
<i>Adecuaciones del Local</i>	\$	-13.400,00				
<i>Constitucion de empresa y Permiso de Funcionamiento</i>	\$	-1.700,00				
<i>Equipos de oficina y Muebles enseres</i>	\$	-1.345,00				
<i>Suministros de oficina</i>	\$	-544,00				
<i>Gastos Preoperativos</i>	\$	-5.386,00				
Otras Inversiones				\$ -6.500,00	\$ -6.600,00	
Capital de Trabajo						
Valor de Salvamento						\$ 10.882,50
<b>FLUJO DE CAJA</b>	\$	<b>93.615,00</b>	\$ <b>33.061,94</b>	\$ <b>36.904,50</b>	\$ <b>29.206,30</b>	\$ <b>45.077,56</b>
<b>VAN*</b>	\$	<b>28.708,67</b>				<b>TIR</b> 30,82%

## Anexo 5.11.1 Calculo de las Variaciones de Precio para Análisis de Sensibilidad -

VARIACION DEL PRECIO							
15%							
INGRESOS							
Descripción	Artículos (Anuales)	Costo	P.V.P	P. 15%	TOTAL15%	C. VENTA	TOTAL
Servicios por Membresía	3328,16	\$ 24,53	\$ 60,00	\$ 69,00	\$ 229.643,30	\$ 81.646,15	\$ 199.689,83
Implementos deportivos	277,346987	\$ 8,65	\$ 36,00	\$ 41,40	\$ 11.482,17	\$ 2.400,00	\$ 9.984,49
TOTAL					\$ 241.125,47	\$ 84.046,15	\$ 209.674,32
10%							
INGRESOS							
Descripción	Artículos (Anuales)	Costo	P.V.P	P. 10%	TOTAL10%	C. VENTA	TOTAL
Servicios por Membresía	3328,16384	\$ 24,53	\$ 60,00	\$ 66,00	\$ 219.658,81	\$ 81.646,15	\$ 199.689,83
Implementos deportivos	277,346987	\$ 8,65	\$ 36,00	\$ 39,60	\$ 10.982,94	\$ 2.400,00	\$ 9.984,49
TOTAL					\$ 230.641,75	\$ 84.046,15	\$ 209.674,32
5%							
INGRESOS							
Descripción	Artículos (Anuales)	Costo	P.V.P	P. 5%	TOTAL5%	C. VENTA	TOTAL
Servicios por Membresía	3328,16384	\$ 24,53	\$ 60,00	\$ 63,00	\$ 209.674,32	\$ 81.646,15	\$ 199.689,83
Implementos deportivos	277,346987	\$ 8,65	\$ 36,00	\$ 37,80	\$ 10.483,72	\$ 2.400,00	\$ 9.984,49
TOTAL					\$ 220.158,04	\$ 84.046,15	\$ 209.674,32
-5%							
INGRESOS							
Descripción	Artículos (Anuales)	Costo	P.V.P	P. -5%	TOTAL -5%	C. VENTA	TOTAL
Servicios por Membresía	3328,16384	\$ 24,53	\$ 60,00	\$ 57,00	\$ 189.705,34	\$ 81.646,15	\$ 199.689,83
Implementos deportivos	277,346987	\$ 8,65	\$ 36,00	\$ 34,20	\$ 9.485,27	\$ 2.400,00	\$ 9.984,49
TOTAL					\$ 199.190,61	\$ 84.046,15	\$ 209.674,32
-10%							
INGRESOS							
Descripción	Artículos (Anuales)	Costo	P.V.P	P. -10%	TOTAL -10%	C. VENTA	TOTAL
Servicios por Membresía	3328,16384	\$ 24,53	\$ 60,00	\$ 54,00	\$ 179.720,85	\$ 81.646,15	\$ 199.689,83
Implementos deportivos	277,346987	\$ 8,65	\$ 36,00	\$ 32,40	\$ 8.986,04	\$ 2.400,00	\$ 9.984,49
TOTAL					\$ 188.706,89	\$ 84.046,15	\$ 209.674,32
-15%							
INGRESOS							
Descripción	Artículos (Anuales)	Costo	P.V.P	P. -15%	TOTAL -15%	C. VENTA	TOTAL
Servicios por Membresía	3328,16384	\$ 24,53	\$ 60,00	\$ 51,00	\$ 169.736,36	\$ 81.646,15	\$ 199.689,83
Implementos deportivos	277,346987	\$ 8,65	\$ 36,00	\$ 30,60	\$ 8.486,82	\$ 2.400,00	\$ 9.984,49
TOTAL					\$ 178.223,17	\$ 84.046,15	\$ 209.674,32

## Anexo 5.11.2 Cálculo de las Variaciones-Cantidad para Análisis de Sensibilidad

VARIACION DE LA CANTIDAD							
15%	1,15	INGRESOS					
Descripción	Artículos (Anuales)	Costo	P.V.P	Q. 15%	TOTAL 15%	C. VENTA +15%	TOTAL
Servicios por Membresía	3328,16384	\$ 24,53	\$ 60,00	3827,388416	\$ 229.643,30	\$ 93.893,07	\$ 199.689,83
Implementos deportivos	277,346987	\$ 8,65	\$ 36,00	318,9490347	\$ 11.482,17	\$ 2.760,00	\$ 9.984,49
TOTAL					\$ 241.125,47	\$ 96.653,07	\$ 209.674,32
10%	1,1	INGRESOS					
Descripción	Unidades (Anuales)	Costo Unitario	P.V.P	Q. 10%	TOTAL 10%	C. VENTA +10%	TOTAL
Servicios por Membresía	3328,16384	\$ 24,53	\$ 60,00	3660,980224	\$ 219.658,81	\$ 89.810,76	\$ 199.689,83
Implementos deportivos	277,346987	\$ 8,65	\$ 36,00	305,0816853	\$ 10.982,94	\$ 2.640,00	\$ 9.984,49
TOTAL					\$ 230.641,75	\$ 92.450,76	\$ 209.674,32
5%	1,05	INGRESOS					
Descripción	Unidades (Anuales)	Costo Unitario	P.V.P	Q. 5%	TOTAL 5%	C. VENTA +5%	TOTAL
Servicios por Membresía	3328,16384	\$ 24,53	\$ 60,00	3494,572032	\$ 209.674,32	\$ 85.728,46	\$ 199.689,83
Implementos deportivos	277,346987	\$ 8,65	\$ 36,00	291,214336	\$ 10.483,72	\$ 2.520,00	\$ 9.984,49
TOTAL					\$ 220.158,04	\$ 88.248,46	\$ 209.674,32
-5%		INGRESOS					
Descripción	Unidades (Anuales)	Costo Unitario	P.V.P	Q. -5%	TOTAL -5%	C. VENTA -5%	TOTAL
Servicios por Membresía	3328,16384	\$ 24,53	\$ 60,00	3161,755648	\$ 189.705,34	\$ 77.563,84	\$ 199.689,83
Implementos deportivos	277,346987	\$ 8,65	\$ 36,00	263,4796373	\$ 9.485,27	\$ 2.280,00	\$ 9.984,49
TOTAL					\$ 199.190,61	\$ 79.843,84	\$ 209.674,32
-10%		INGRESOS					
Descripción	Unidades (Anuales)	Costo Unitario	P.V.P	Q. -10%	TOTAL -10%	C. VENTA -10%	TOTAL
Servicios por Membresía	3328,16384	\$ 24,53	\$ 60,00	2.995,35	\$ 179.720,85	\$ 73.481,53	\$ 199.689,83
Implementos deportivos	277,346987	\$ 8,65	\$ 36,00	249,61	\$ 8.986,04	\$ 2.160,00	\$ 9.984,49
TOTAL					\$ 188.706,89	\$ 75.641,53	\$ 209.674,32
-15%		INGRESOS					
Descripción	Unidades (Anuales)	Costo Unitario	P.V.P	Q. -15%	TOTAL -15%	C. VENTA -15%	TOTAL
Servicios por Membresía	3328,16384	\$ 24,53	\$ 60,00	2.828,94	\$ 169.736,36	\$ 69.399,23	\$ 199.689,83
Implementos deportivos	277,346987	\$ 8,65	\$ 36,00	235,74	\$ 8.486,82	\$ 2.040,00	\$ 9.984,49
TOTAL					\$ 178.223,17	\$ 71.439,23	\$ 209.674,32

### Anexo 5.11.3 Cálculo de las Variaciones-Costo para Análisis de Sensibilidad

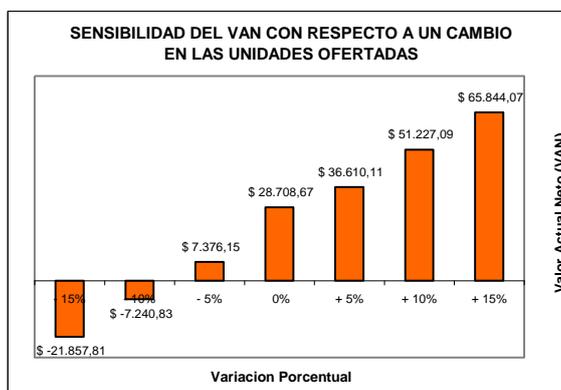
VARIACION DEL COSTO							
15%	<b>INGRESOS</b>						
Descripción	Unidades (Anuales)	Costo Unitario	P.V.P	COSTO. 15%	TOTAL15%	C. VENTA 15%	TOTAL
Servicios por Membresía	3328,16384	\$ 24,53	\$ 60,00	\$ 28,21	\$ 93.893,07	\$ 81.646,15	\$ 199.689,83
Implementos deportivos	277,346987	\$ 8,65	\$ 36,00	\$ 9,95	\$ 2.760,00	\$ 2.400,00	\$ 9.984,49
TOTAL					\$ 96.653,07	\$ 84.046,15	\$ 209.674,32
10%	<b>INGRESOS</b>						
Descripción	Unidades (Anuales)	Costo Unitario	P.V.P	P. 10%	TOTAL10%	C. VENTA 10%	TOTAL
Servicios por Membresía	3328,16384	\$ 24,53	\$ 60,00	\$ 26,99	\$ 89.810,76	\$ 81.646,15	\$ 199.689,83
Implementos deportivos	277,346987	\$ 8,65	\$ 36,00	\$ 9,52	\$ 2.640,00	\$ 2.400,00	\$ 9.984,49
TOTAL					\$ 92.450,76	\$ 84.046,15	\$ 209.674,32
5%	<b>INGRESOS</b>						
Descripción	Unidades (Anuales)	Costo Unitario	P.V.P	P. 5%	TOTAL5%	C. VENTA 5%	TOTAL
Servicios por Membresía	3328,16384	\$ 24,53	\$ 60,00	\$ 25,76	\$ 85.728,46	\$ 81.646,15	\$ 199.689,83
Implementos deportivos	277,346987	\$ 8,65	\$ 36,00	\$ 9,09	\$ 2.520,00	\$ 2.400,00	\$ 9.984,49
TOTAL					\$ 88.248,46	\$ 84.046,15	\$ 209.674,32
-5%	<b>INGRESOS</b>						
Descripción	Unidades (Anuales)	Costo Unitario	P.V.P	P. 5%	TOTAL -5%	C. VENTA -5%	TOTAL
Servicios por Membresía	3328,16384	\$ 24,53	\$ 60,00	\$ 23,31	\$ 77.563,84	\$ 81.646,15	\$ 199.689,83
Implementos deportivos	277,346987	\$ 8,65	\$ 36,00	\$ 8,22	\$ 2.280,00	\$ 2.400,00	\$ 9.984,49
TOTAL					\$ 79.843,84	\$ 84.046,15	\$ 209.674,32
-10%	<b>INGRESOS</b>						
Descripción	Unidades (Anuales)	Costo Unitario	P.V.P	P. -10%	TOTAL -10%	C. VENTA -10%	TOTAL
Servicios por Membresía	3328,16384	\$ 24,53	\$ 60,00	\$ 22,08	\$ 73.481,53	\$ 81.646,15	\$ 199.689,83
Implementos deportivos	277,346987	\$ 8,65	\$ 36,00	\$ 7,79	\$ 2.160,00	\$ 2.400,00	\$ 9.984,49
TOTAL					\$ 75.641,53	\$ 84.046,15	\$ 209.674,32
-15%	<b>INGRESOS</b>						
Descripción	Unidades (Anuales)	Costo Unitario	P.V.P	P. -15%	TOTAL -15%	C. VENTA -15%	TOTAL
Servicios por Membresía	3328,16384	\$ 24,53	\$ 60,00	\$ 20,85	\$ 69.399,23	\$ 81.646,15	\$ 199.689,83
Implementos deportivos	277,346987	\$ 8,65	\$ 36,00	\$ 7,36	\$ 2.040,00	\$ 2.400,00	\$ 9.984,49
TOTAL					\$ 71.439,23	\$ 84.046,15	\$ 209.674,32

## Anexo 5.12 Análisis de Sensibilidad

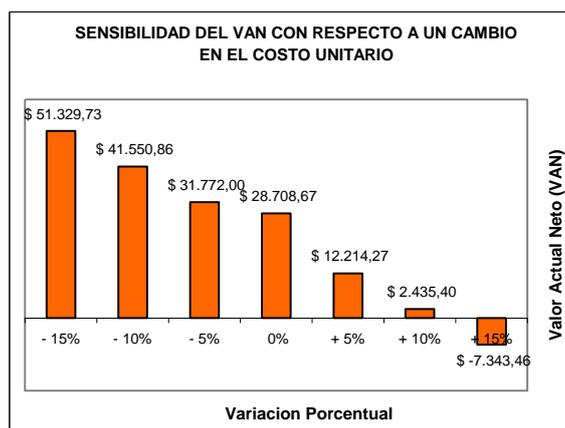
<b>SENSIBILIDAD DEL VAN CON RESPECTO A UN CAMBIO EN EL PRECIO</b>		
VARIACIÓN	VAN	TIR
+ 15%	\$ 102.088,53	57,42%
+ 10%	\$ 77.692,69	48,91%
+ 5%	\$ 53.296,84	40,09%
<b>0%</b>	<b>\$ 28.708,67</b>	<b>30,82%</b>
- 5%	\$ 4.505,15	21,13%
- 10%	\$ -19.890,69	10,60%
- 15%	\$ -44.286,54	-1,12%



<b>SENSIBILIDAD DEL VAN CON RESPECTO A UN CAMBIO EN LAS UNIDADES OFERTADAS</b>		
VARIACIÓN	VAN	TIR
+ 15%	\$ 65.844,07	45,31%
+ 10%	\$ 51.227,09	39,87%
+ 5%	\$ 36.610,11	34,26%
<b>0%</b>	<b>\$ 28.708,67</b>	<b>30,82%</b>
- 5%	\$ 7.376,15	22,41%
- 10%	\$ -7.240,83	16,07%
- 15%	\$ -21.857,81	9,33%



<b>SENSIBILIDAD DEL VAN CON RESPECTO A UN CAMBIO EN EL COSTO UNITARIO</b>		
VARIACIÓN	VAN	TIR
+ 15%	\$ -7.343,46	16,02%
+ 10%	\$ 2.435,40	20,31%
+ 5%	\$ 12.214,27	24,45%
<b>0%</b>	<b>\$ 28.708,67</b>	<b>30,82%</b>
- 5%	\$ 31.772,00	32,36%
- 10%	\$ 41.550,86	36,18%
- 15%	\$ 51.329,73	39,90%



## Anexo 5.13 Balance General

ACTIVOS		AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
<b>ACTIVO CORRIENTE</b>						
Caja y Bancos	26.638,00	91.221,58	141.235,82	187.217,66	251.651,06	324.113,82
<b>TOTAL ACTIVOS CORRIENTES</b>	<b>26.638,00</b>	<b>91.221,58</b>	<b>141.235,82</b>	<b>187.217,66</b>	<b>251.651,06</b>	<b>324.113,82</b>
<b>ACTIVOS FIJO</b>						
equipo tecnologico	1.345,00	1.345,00	1.345,00	1.345,00		
Menos: Depreciación de Equipos		-448,29	-896,58	-1.345,00		
<b>Neto</b>		<b>896,71</b>	<b>448,42</b>	<b>0,00</b>		
Muebles y Enseres	62.615,00	62.615,00	62.615,00	69.115,00	75.715,00	75.715,00
Menos: Depreciación de Muebles y E		-6.261,50	-12.523,00	-19.434,50	-27.006,00	-34.577,50
<b>Neto</b>		<b>56.353,50</b>	<b>50.092,00</b>	<b>49.680,50</b>	<b>48.709,00</b>	<b>41.137,50</b>
Software	800,00	800,00	800,00	800,00	800,00	800,00
Menos: Amortización		-160,00	-320,00	-480,00	-640,00	-800,00
<b>Neto</b>		<b>640,00</b>	<b>480,00</b>	<b>320,00</b>	<b>160,00</b>	<b>0,00</b>
<b>TOTAL ACTIVOS FIJOS</b>	<b>64.760,00</b>	<b>57.890,21</b>	<b>51.020,42</b>	<b>50.000,50</b>	<b>48.869,00</b>	<b>41.137,50</b>
Gastos Pre-operativos administrativos	1.456,00	1.456,00	1.456,00	1.456,00	1.456,00	1.456,00
Gastos Pre-operativos	15.136,00	15.136,00	15.136,00	15.136,00	15.136,00	15.136,00
Menos: Amortización		-3.318,40	-6.636,80	-9.955,20	-13.273,60	-16.592,00
<b>TOTAL GASTOS PRE OPERATIVOS</b>	<b>16.592,00</b>	<b>13.273,60</b>	<b>9.955,20</b>	<b>6.636,80</b>	<b>3.318,40</b>	<b>0,00</b>
<b>TOTAL ACTIVOS</b>	<b>107.990,00</b>	<b>162.385,40</b>	<b>202.211,45</b>	<b>243.854,96</b>	<b>303.838,46</b>	<b>365.251,32</b>
<b>PASIVOS</b>						
<b>PASIVO CORRIENTE</b>						
Deudas Bancarias		10.558,80	10.558,80	20.990,37	20.990,37	20.990,37
Cuentas por Pagar obligaciones trabajadores (15%)		8.159,31	8.931,66	11.095,93	14.830,68	16.622,76
Impuesto a la renta		11.559,02	12.653,18	15.719,24	21.010,13	23.548,91
<b>TOTAL PASIVOS CORRIENTE</b>		<b>30.277,13</b>	<b>32.143,64</b>	<b>47.805,54</b>	<b>56.831,18</b>	<b>61.162,03</b>
Cuentas por Pagar (Bancos)	87.990,00	77.431,20	77.431,20	56.255,11	44.182,57	30.617,86
Pasivo a largo plazo						
Total Pasivos Diferidos		77.431,20	77.431,20	56.255,11	44.182,57	30.617,86
<b>TOTAL PASIVOS</b>	<b>87.990,00</b>	<b>107.708,33</b>	<b>109.574,84</b>	<b>104.060,65</b>	<b>101.013,75</b>	<b>91.779,89</b>
<b>PATRIMONIO</b>						
Capital	20.000,00	20.000,00	20.000,00	20.000,00	20.000,00	20.000,00
Resultados de ejercicios anteriores			31.209,36	65.372,95	107.814,88	164.542,23
Utilidades o pérdidas del ejercicio		31.209,36	34.163,59	42.441,93	56.727,35	63.582,05
Reserva Legal		3.467,71	7.263,66	11.979,43	18.282,47	25.347,14
<b>TOTAL PATRIMONIO</b>		<b>54.677,07</b>	<b>92.636,61</b>	<b>139.794,31</b>	<b>202.824,71</b>	<b>273.471,42</b>
<b>TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO</b>	<b>107.990,00</b>	<b>162.385,40</b>	<b>202.211,45</b>	<b>243.854,96</b>	<b>303.838,46</b>	<b>365.251,32</b>

## Anexo 5.14 Punto de Equilibrio

Descripción	Costo Variable Unitario (CVU)	Precio de Venta (PV)	Unidades servidas al año	CVU/PV	1 - (CVU/PV)	Ventas Totales \$	% de Participacion en Ventas (Wi)	Contribucion Ponderada (CP)
Servicios	\$ 21.78	\$ 60.00	3,328	0.36	0.64	\$ 199,689.83	0.95	0.61
Implementos	\$ 20.00	\$ 36.00	277	0.56	0.44	\$ 9,984.49	0.05	0.02
<b>TOTAL</b>						<b>\$ 209,674.32</b>	<b>1.00</b>	<b>0.63</b>

### FORMULA PTO EQUILIBRIO \$

$$PE\$ = CF / (1 - \sum (CVU/PV) * Wi)$$

$$PE\$ = CF / CP$$

PE\$= Punto de Equilibrio en dolares	\$ 115,450.47
CF= Costos Fijos	\$ 72,484.79
CP= Total Contribucion Ponderada	0.63

### FORMULA PTO EQUILIBRIO #

$$PE\# = (Wi * PE\$) / PV$$

PE#= Punto de Equilibrio en unidades
Wi= % Part. Ventas de cada producto
PE\$= Pto Eq. En dolares
PV= Precio de Venta de cada articulo

### PUNTO DE EQUILIBRIO MULTIPRODUCTO

Descripción	PTO. EQ. Numero de Unidades al año	PTO. EQ. Numero de Unidades al Mes
Servicios	1,833	153
Implementos	153	13

## Anexo 5.15 Razones Financieras

<b>"B FIT Cia Ltda"</b>						
<b>Razones Financieras</b>		<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>
<b>LIQUIDEZ</b>	Prueba Ácida (a c / pc )	2,97	4,34	3,81	4,31	5,16
	Capital de Trabajo ( ac - pc )	\$ 60.043,05	\$ 107.964,37	\$ 136.716,92	\$ 191.193,37	\$ 258.359,40
<b>RENTABILIDAD</b>	Margen Bruto de Utilidad (up/ingresos)	30,71%	30,48%	32,67%	36,46%	36,77%
	Margen Neto de Utilidad (un/ingresos)	25,35%	25,55%	28,41%	33,23%	34,30%
	Rendimiento sobre Activos (un/total a)	31,87%	28,33%	29,58%	32,10%	30,12%
	Rotación de Activos Totales (vtas/asctivos)	1,26	1,11	1,04	0,97	0,88
<b>ENDEUDAMIENTO</b>	Endeudamiento/solidez (total pasivo/total c)	0,68	0,56	0,44	0,34	0,26
	Deuda Capital ( total pasivo/capital)	5,64	5,74	5,43	5,24	4,74
<b>ACTIVIDAD</b>	Gastos de Operaciones (tg/ingresos)	0,69	0,70	0,67	0,64	0,63

