

UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES

CARRERA DE INGENIERIA DE EMPRENDEDORES

TRABAJO DE TITULACIÓN

PARA LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE

INGENIERO EN DESARROLLO DE NEGOCIOS BILINGÜE

EFECTUADO:

Desde Mayo del 2013 hasta Abril de 2014

REALIZADO POR:

MARILYN CONNY GUZMÁN REYES

Tutores:

JAIME SANTILLAN P.

INFORMACIÓN PERSONAL:

Dirección: Rosa Borja Icaza y calle C

Teléfono: 045022619

Celulares: 0981005108

Correo: conny0703@hotmail.com

TEMA:

**“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UN GIMNASIO QUE PROMUEVA
EL DESARROLLO DE HABILIDADES FÍSICAS PARA NIÑOS EN EL NORTE DE
LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”**

CERTIFICACIÓN

Certifico que el presente trabajo fue realizado en su totalidad por la Srta. Marilyn Conny Guzmán Reyes como requerimiento parcial para la obtención del título de INGENIERO/A EN DESARROLLO DE NEGOCIOS BILINGÜE.

Guayaquil, Abril de 2014

Ing. Jaime Santillán P.

Tutor

Lectora

Lector



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

INGENIERÍA DE EMPRENDEDORES

DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD

MARILYN CONNY GUZMÁN REYES

DECLARO QUE:

El Trabajo de Titulación denominado “Propuesta para la creación de un gimnasio que promueva el desarrollo de habilidades físicas para niños en la ciudad de Guayaquil”, ha sido desarrollado con base a una investigación exhaustiva, respetando derechos intelectuales de terceros conforme las citas que constan al pie de las páginas correspondientes, cuyas fuentes se incorporan en la bibliografía.

Consecuentemente este trabajo es de mi autoría.

En virtud de esta declaración, me responsabilizo del contenido, veracidad y alcance científico del trabajo de titulación en mención.

Guayaquil, Abril de 2014

EL AUTOR

MARILYN CONNY GUZMÁN REYES



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

INGENIERÍA DE EMPRENDEDORES

AUTORIZACIÓN

Yo, MARILYN CONNY GUZMÁN REYES

Autorizo a la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil, la publicación, en la biblioteca de la institución del trabajo titulado: “Propuesta para la creación de un gimnasio que promueva el desarrollo de habilidades físicas para niños en la ciudad de Guayaquil”, cuyo contenido, ideas y criterios son de mi exclusiva responsabilidad y autoría.

Guayaquil, Abril de 2014

EL AUTOR

MARILYN CONNY GUZMÁN REYES

DEDICATORIA

A DIOS, que me ha permitido vivir y alcanzar un sueño más y por mantenerme con bien día a día de mi vida, Gracias mi precioso Jesús.

A MI MADRE, GREY MARIELA REYES ALVEAR, por ser el pilar fundamental, por el apoyo y constancia, ya que siempre me está guiando con sus sabias palabras y por brindarme la oportunidad de crecer junto a ella.

A mi amada familia, mi abuelita **PATRICIA GRECIA ALVEAR SANTO**, mis tías, **PATRICIA REYES, GLENDA REYES, ANA REYES, IRIS REYES** y demás, ya que han formado parte de este logro y por el cariño brindado durante este proceso de carrera universitaria.

AGRADECIMIENTO

A DIOS, por darme la oportunidad de realizar mis metas y bendecirme en todo momento, le agradezco por su infinito amor, y por enseñarme que la vida es para valiente y que su infinita gracias me llena para realizarme de manera personal y profesional.

A MIS PADRES, por siempre creer en mí y brindarme todo su apoyo y respaldo en cada momento que me encuentre. Y que soy lo que soy porque ellos existen en mi vida.

A MI HERMANO, por enseñarme que no todo es seriedad y que necesitamos ese toque de alegría que él me brinda con sus locuras.

A MI ABUELITA Y MIS TIAS, por demostrarme todo su cariño y respaldo, ya que siempre me han brindado el apoyo para mis logros.

A MIS AMIGOS, por brindarme su amistad, y por los consejos que me dieron a lo largo este este crecimiento, y decirme vamos que falta poco.

RESUMEN

El trabajo de titulación tiene como objetivo la creación de un gimnasio para niños en el norte de la ciudad de Guayaquil para el cuidado del estado físico de los infantes, al ofrecer este servicio se podrá contribuir en el cambio de alimentación y evitar una vida sedentaria, brindado ejercicio con máquinas adecuadas y charlas de alimentación siendo este un conjunto de servicio de calidad.

El trabajo se lo realizó utilizando herramientas de estudios aprendidas en la formación académica superior y con un enfoque empresarial podremos discernir la sustentabilidad y viabilidad en el desarrollo e implementación del mismo a través del tiempo.

ABSTRACT

The aim of the project of a gymnasium for children in the north of the city of Guayaquil, is to take care of the physical condition of the infants.

Our service will contribute to change the sedentary life of the children by offering the possibility they exercise with suitable machines and to teach their parents about the right nutrition for their kids.

I'm going to prove the viability of the project using the tools and knowledge acquired in the faculty during my years of study at the Universidad Catolica de Santiago de Guayaquil.

INTRODUCCIÓN

En la sociedad actualmente, los niños se han visto afectados por la poca preocupación de los padres en lo que corresponde al estado físico de los infantes, principalmente porque la mayoría de padres trabajan y han descuidado la alimentación desde la lonchera hasta la alimentación interna en el hogar. El factor tiempo es el enemigo más grande de este cambio, y por ello se ha visto creciente interés de padres en la creación de un centro que brinde la oportunidad de ofrecer servicios que fomenten el ejercicio adecuado combinado con una correcta nutrición, que les permita a sus hijos llevar una vida saludable.

La idea de la propuesta de trabajo nace a través de identificar la necesidad de los padres para que sus hijos realicen un cambio de vida y que puedan ver el ejercicio como un hábito diario, ofreciendo un toque de alivio de descargas en los infantes realizando movimientos divertidos.

Con esta idea de negocio se busca analizar y examinar la propuesta de la creación de un gimnasio para niños en el norte de la ciudad de Guayaquil, realizando diferentes estudios y análisis de mercados, recogiendo datos cualitativos y cuantitativos en el sondeo de mercado, analizando los diferentes escenarios financieros del proyecto que nos permitan comprobar la factibilidad y rentabilidad del mismo.

TEMA:.....	II
CERTIFICACIÓN.....	III
DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD	IV
AUTORIZACIÓN.....	V
DEDICATORIA.....	VI
AGRADECIMIENTO	VII
RESUMEN	VIII
ABSTRACT	IX
INTRODUCCIÓN.....	X
INDICE DE TABLAS.....	XXVI
INDICE DE ILUSTRACIONES	XXVIII
ABREVIATURAS	XXX
RESUMEN EJECUTIVO	XXXII
CAPITULO 1	34
1. DESCRIPCIÓN DE LA INVESTIGACIÓN.....	34
1.1. Tema – Título	34
1.2. Justificación	34
1.3. Contextualización del Tema u Objeto de Estudio	35
1.5. Objetivos de la Investigación	37
1.5.1. Objetivo General	37
1.5.2. Objetivos Específicos	37

1.6. Determinación del Método de Investigación y Técnica de Recogida y Análisis de la Información.....	37
1.7. Planteamiento del Fenómeno Paradigmático	38
1.7.1. Planteamiento del Problema.....	38
1.8. Fundamentación Teórica del Proyecto	39
1.8.1. Marco Referencial	39
1.8.2. Marco Teórico	40
1.8.3. Marco Conceptual	42
1.8.4. Marco Legal.....	43
1.8.5. Marco Lógico	43
1.9. Formulación de la hipótesis y-o de las preguntas de la investigación de las cuáles se establecerán los objetivos.....	44
1.10. Cronograma	45
2. DESCRIPCIÓN DEL NEGOCIO.....	48
2.1. Análisis de la Oportunidad	48
2.1.1. Descripción de la Idea de Negocio.....	48
2.1.2. Descripción de la Idea Producto o Servicio	48
2.2. Misión, Visión y Valores de la Empresa.....	49
2.3. Objetivos de la Empresa	49
2.3.1. Objetivo General	49
2.3.2. Objetivo Específicos.....	49
2.4. Estructura Organizacional	50
2.4.1. Organigrama	50

2.4.2. Desarrollo de Cargos y Perfiles por Competencias	50
2.4.3. Manual de Funciones: Niveles, Interacciones, Responsabilidades y Derechos	54
CAPITULO 3	56
3. ENTORNO JURÍDICO DE LA EMPRESA.....	56
3.1. Aspecto Societario de la Empresa	56
3.1.1. Generalidades	56
3.1.2. Fundación de la Empresa.....	56
3.1.3. Capital Social, Acciones y Participaciones	57
3.1.4. Juntas Generales de Accionistas y-o Socios.....	58
3.1.5. Compañías Extranjeras	58
3.1.6. Compañías que Cotizan en Bolsa de Valores (opcional)	58
3.2. Aspecto Laboral de la Empresa	59
3.2.1. Generalidades	59
3.2.2. Mandato Constituyente #8.....	59
3.2.3. Tipos de Contrato de Trabajo	59
3.2.4. Obligaciones del Empleador.....	59
3.2.5. Décimo Tercera y Décimo Cuarta Remuneración.....	59
3.2.6. Fondos de Reserva y Vacaciones	60
3.2.7. Asociación de Trabajadores	61
3.2.8. Inspección de Discapacitados a Puestos de Trabajo.....	61
3.3. Contratación Civil.....	61
3.3.1. Principios Básicos de la Contratación	61

3.3.2. Contratos de Prestación de Servicios	62
3.3.3. Principales Clausulas de los Contratos de Prestación de Servicios.....	62
3.3.4. Soluciones Alternativas para Solución de Conflictos: Arbitraje y Mediación.....	62
3.3.5. Generalidades y Contratación Pública.....	63
3.3.6. Contrato de Confidencialidad.....	63
3.4. Políticas de Buen Gobierno Corporativo.....	63
3.4.1. Código de Ética	63
3.4.2. Indicadores de Gestión	64
3.4.3. Programa de Compensaciones: Política Salarial, Beneficios Sociales, Otros Beneficios	64
3.4.4. Políticas de Comunicación: Canales y Frecuencia de Comunicación.....	65
3.5. Propiedad Intelectual	66
3.5.1. Registro de Marca.....	66
3.5.2. Manual de Procesos Productivos.....	66
3.5.3. Derecho de Autor del Proyecto	66
3.5.4. Patente y-o Modelo de Utilidad.....	67
3.6. Seguro.....	67
3.6.1. Incendio	67
3.6.2. Robo	67
3.6.3. Fidelidad	67
3.6.4. Buen Uso de Anticipo y Cumplimiento de Contrato.....	67
3.6.5. Maquinarias y Equipos	67

3.6.6. Materia Prima y Mercadería.....	68
3.7. Presupuesto.....	68
CAPÍTULO 4	70
4. AUDITORÍA DE MERCADO	70
4.1. PEST.....	70
4.2. Macro, Meso y Micro	74
4.3. Atractividad de la Industria	74
4.4. Análisis del Ciclo de Vida del Mercado.....	75
4.5. Matriz BCG	75
4.6. Análisis del Ciclo de Vida del Producto en el Mercado.....	76
4.7. Análisis de las Cinco Fuerza Competitivas de Porter.....	77
4.8. Análisis de Oferta	78
4.8.1. Tipo de Competencia.....	78
4.8.2. Marketshare: Mercado Real y Mercado Potencial	78
4.8.3. Características de los Competidores.....	79
4.8.4. Benchmarking: Estrategia de los Competidores y Contra estrategia de la Empresa	79
4.9. Análisis de la Demanda	79
4.9.1. Segmentación de Mercado	80
4.9.1.1. Criterio de Segmentación	80
4.9.1.2. Selección de Segmentos	80
4.9.1.3. Perfiles de Segmento	80
4.10. Matriz FODA.....	81

4.11. Investigación de Mercado.....	82
4.11.1. Método.....	82
4.11.2. Diseño de Investigación	82
4.11.2.1. Objetivos de la Investigación	82
4.11.2.2. Tamaño de la Muestra	83
4.11.2.3. Técnica de recogida y análisis de datos.....	84
4.11.2.3.1. Exploratoria	84
4.11.2.3.2. Concluyente	84
4.11.2.4. Análisis de Datos	84
4.Resumen e Interpretación de resultados.....	96
4.11.3. Conclusiones de la Investigación de Mercado	96
4.11.4. Recomendaciones de la Investigación de Mercado	97
4.12. Cuantificación de la Demanda.....	98
4.12.1. Identificación del Mercado Potencial y la Demanda Potencial Insatisfecha.....	98
4.12.2. Proyección de Ventas a Cinco Años o Tiempo que Establezca el Payback..	98
CAPÍTULO 5	100
5. PLAN DE MARKETING	100
5.1. Objetivos: General y Específicos	100
5.1.1. Mercado Meta: Ventas y Utilidad Esperada.....	100
5.1.1.1. Tipo y Estrategias de Penetración	100
5.1.1.2. Cobertura	100

5.2. Posicionamiento.....	100
5.2.1. Estrategia de Posicionamiento: Posición, Objetivo, Segmento, Atributos, Calidad Percibida, Ventaja Competitiva, Símbolos Identitativos.....	100
5.2.2. Valoración del Activo de la Marca (BAV).....	102
5.3. Marketing Mix.....	103
5.3.1. Estrategia de Producto o Servicios.....	103
5.3.1.1. Descripción del Producto: Definición, Composición, Color, Tamaño, Imagen, Slogan, Producto Esencial, Producto Real, Producto Aumentado.....	103
5.3.1.2. Adaptación o Modificación del Producto: definición, composición, color, tamaño, imagen, slogan, producto esencial, producto real, producto aumentado.	104
5.3.1.3. Empaque: Reglamento del Mercado y Etiquetado.....	104
5.3.1.5. Marcas y Submarcas.....	105
5.3.2. Estrategia de Precios.....	105
5.3.2.1. Precios de la Competencia.....	105
5.3.2.2. Poder Adquisitivo del Mercado Meta.....	106
5.3.2.3. Expectativa de los Accionistas.....	106
5.3.2.4. Políticas de Precio: Sobreprecio y Descuentos, Márgenes Brutos de la Compañía, Precio al Menudeo (Kilo, tonelada), Términos de Venta, Método de Pago.	106
5.3.3. Estrategia de Plaza.....	107
5.3.3.1. Localización.....	107
5.3.3.1.1. Macro Localización.....	107
5.3.3.1.2. Micro Localización.....	107
5.3.3.1.3. Ubicación.....	107

5.3.3.1.4. Distribución del Espacio.....	108
5.3.3.2. Sistema de Distribución Comercial.....	108
5.3.3.2.1. Canales de Distribución: Minoristas, Mayoristas, Agentes, Depósitos y Almacenes.	109
5.3.3.2.2. Penetración en los Mercados Urbanos y Rurales.	109
5.3.3.2.3. Logística	109
5.3.3.2.4. Red de Ventas.....	110
5.3.3.2.5. Políticas de Servicio al Cliente: Pre- venta y Post- venta, Quejas, Reclamaciones, Devoluciones.....	110
5.3.4. Estrategias de Promoción	110
5.3.4.1. Estrategias ATL y BTL	110
5.3.4.2. Elaboración de Diseño y Propuesta Publicitaria	110
5.3.4.3. Promoción de Ventas.....	111
5.3.4.3.1. Venta Personal.....	111
5.3.4.3.2. Trading: Exposiciones, Ferias Comerciales, Competiciones, Concursos y Premios, Descuentos, Primas por Objetivo, Muestra, Productos Gratuitos, Publicidad en el Punto de Venta, Publicidad y Promoción Cooperativa, Primas por objetivos, Distinciones, Otras.	111
5.3.4.3.3. Clienting: Muestras Gratuitas, Documentación Técnica, Obsequios, Asistencia a Congresos, Seminarios y Conferencias, Rebajas, Descuentos, Mayor Contenido de Productos por Igual Precio, Productos Complementarios Gratis o a Bajo Precio, Cupones o Vales Descuentos, Concursos, Premios, Muestras, Degustaciones, Regalos, Otras.	112
5.3.4.4. Publicidad	112
5.3.4.4.1. Estrategia de Lanzamiento	112

5.3.4.4.2. Plan de Medios: Tipos, Costos, Rating, Agencias de Publicidad.....	112
5.3.4.4.3. Mindshare	113
5.3.4.4.4. Publicidad Blanca	113
5.3.4.4.5. Merchandising	113
5.3.4.4.6. Relaciones Públicas	113
5.3.4.4.7. Marketing Relacional	113
5.3.4.4.8. Insight Marketing	113
5.3.4.4.9. Gestión de Promoción Electrónica del Proyecto	114
5.3.4.4.9.1. Estratégias de E-Commerce, E-Business e E-Marketing	114
5.3.4.4.9.2. Análisis de la Promoción Electrónica de los Competidores.....	114
5.3.4.4.9.3. Diseño e Implementación de la Página Web.....	114
5.3.4.4.10. Estrategias de Marketing a través de Redes Sociales.....	115
5.3.4.4.10.1. Análisis de la Promoción Electrónica de los Competidores.....	115
5.3.4.4.10.2. Diseño e Implementación de Fan Pages, en Redes Sociales.....	116
5.3.4.4.10.3. Marketing Social	117
5.3.4.5. Ámbito Internacional.....	117
5.3.4.5.1. Estrategia de Distribución Internacional	117
5.3.4.5.2. Estrategia de Precio Internacional	117
5.3.5. Cronograma (Calendario de Acción de la Campaña).....	117
5.3.6. Presupuesto de Marketing: Costo de Venta, Costo de Publicidad y Promoción, Costo de Distribución, Costo del Producto, Otros.....	118
5.3.7. Análisis de Rentabilidad del Offering (Precio de venta al Público menos Margen de los Intermediarios; Precio Exempresa menos Descuentos, Impagados, Otros; Precio Neto menos Costes Directos e Indirectos de Producción, Proporción	

de Gastos Generales y Administrativos, Proporción de Investigación y Desarrollo, Proporción Gastos Financieros, Gastos de Marketing Mix; Contribución Unitaria del Beneficio.	118
CAPITULO 6	120
6. PLAN OPERATIVO	120
6.1. Producción	120
6.1.1. Proceso Productivo	120
6.1.2. Infraestructura: Obra Civil, Maquinarias y Equipos	121
6.1.3. Mano de Obra	122
6.1.4. Capacidad Instalada.....	123
6.1.5. Flujograma de Procesos.....	123
6.1.6. Presupuesto.....	124
6.2. Gestión de Calidad.....	125
6.2.1. Procesos de planeación de calidad	125
6.2.2. Beneficios de las acciones proactivas.....	126
6.2.3. Políticas de calidad	126
6.2.4. Benchmarking.....	127
6.2.5. Proceso de aseguramiento de la calidad	127
6.2.6. Estándares de la calidad.....	127
6.2.7. Procesos de control de calidad	128
6.2.8. Certificaciones y Licencias.....	128
6.2.9. Presupuesto.....	128
6.3. Gestión Ambiental.....	128

6.3.1.	Procesos de planeación ambiental	128
6.3.2.	Beneficios de las acciones proactivas.....	128
6.3.3.	Políticas de protección ambiental.....	128
6.3.4.	Proceso de aseguramiento de la calidad ambiental	129
6.3.5.	Estándares de la calidad ambiental.....	129
6.3.6.	Procesos de control de calidad	129
6.3.7.	Trazabilidad.....	129
6.3.8.	Logística Verde	129
6.3.9.	Certificaciones y Licencias.....	129
6.3.10.	Presupuesto.....	129
6.4.	Gestión de Responsabilidad Social.....	130
6.4.1.	Procesos de planeación del Modelo Empresarial de Responsabilidad Social.....	130
6.4.2.	Beneficios de las acciones proactivas.....	130
6.4.3.	Políticas de protección social	130
6.4.4.	Proceso de aseguramiento de la Responsabilidad Social y Corporativa	131
6.4.5.	Estándares de Responsabilidad Social Aplicables a Corto, Mediano y Largo Plazo.....	131
6.4.6.	Procesos de controles sociales.....	131
6.4.7.	Certificaciones y Licencias.....	131
6.4.8.	Presupuesto.....	131
6.5.	Balanced ScoreCard & Mapa Estratégico	132
6.6.	Otros temas relacionados al plan operativo.....	133

CAPÍTULO 7	135
7. ESTUDIO ECONÓMICO-FINANCIERO-TRIBUTARIO.....	135
7.1. Inversión Inicial.....	135
7.1.1. Tipo de Inversión.....	135
7.1.1.1. Diferida.....	136
7.1.1.2. Corriente.....	137
7.1.2. Financiamiento de la Inversión	137
7.1.3. Cronograma de Inversiones.....	139
7.2. Análisis de Costos	140
7.2.1. Costos Fijos	140
7.2.2. Costos Variables.....	141
7.2.3. Costos de Producción	142
7.3. Capital de Trabajo	142
7.3.1. Costos de Operación.....	142
7.3.2. Costos Administrativos	142
7.3.3. Costos de Ventas	142
7.3.4. Costos Financieros.....	142
7.4. Análisis de Variables Críticas.....	143
7.4.1. Determinación del Precio: Mark Up y Márgenes.....	143
7.4.2. Proyección de Costos e Ingresos en función de la proyección de Ventas.....	143
7.4.3. Determinación del Punto Óptimo de Producción por medio de análisis marginales.	143

7.4.4.	Análisis de Punto de Equilibrio.....	144
7.4.5.	Análisis de Punto de Cierre	144
7.5.	Entorno Fiscal de la Empresa	145
7.5.1.	Planificación Tributaria	145
7.6.	Estados Financieros proyectados.....	147
7.6.1.	Balance General Inicial	147
7.6.2.	Estado de Pérdidas y Ganancias	147
7.6.2.1.	Flujo de Caja Proyectado.....	148
7.6.2.1.1.	Indicadores de Rentabilidad y Costo del Capital	149
7.6.2.1.1.1.	TMAR.....	149
7.6.2.1.1.2.	VAN	150
7.6.2.1.1.3.	TIR.....	150
7.6.2.1.1.4.	PAYBACK.....	150
7.7.	Análisis de Sensibilidad Multivariable o de Escenarios Múltiples	150
7.7.2.	Productividad.....	150
7.7.3.	Precio Mercado Local.....	150
7.7.4.	Precio Mercado Externo	151
7.7.5.	Costo de Materia Prima	151
7.7.6.	Costo de Materiales Indirectos	151
7.7.7.	Costo de Suministros y Servicios	151
7.7.8.	Costo de Mano de Obra Directa	151
7.7.9.	Costo de Mano de Obra Indirecta.....	151
7.7.10.	Gastos Administrativos	151

7.7.11. Gastos de Ventas	152
7.7.12. Inversión en Activos Fijos.....	152
7.7.13. Tasa de interés promedio (puntos porcentuales)	152
7.8. Balance General.....	153
7.8.2. Razones Financieras	154
7.8.2.1. Liquidez.....	155
7.8.2.2. Gestión.....	155
7.8.2.3. Endeudamiento	155
7.8.2.4. Rentabilidad.....	155
7.9. Conclusión Financiera	156
CAPÍTULO 8	158
8. PLAN DE CONTINGENCIA	158
8.1. Plan de administración del riesgo.....	158
8.1.1. Principales riesgos	158
8.1.2. Reuniones para mitigar los riesgos.....	158
8.1.3. Tormenta de ideas (brainstorming), listas de verificación (check lists). 158	
8.2. Planeación de la respuesta al riesgo	159
8.2.1. Monitoreo y control del riesgo	159
8.2.2. Revisiones periódicas y evaluación del riesgo	159
8.2.3. Reporte del riesgo.....	159
8.2.4. Estrategias de Salida.....	160
8.3 Plan de Contingencia y Acciones Correctivas.....	160
CAPITULO 9	163

CONCLUSIONES.....	163
CAPÍTULO 10	165
RECOMENDACIONES	165
CAPÍTULO 11	167
FUENTES.....	167
Bibliografía.....	167
CAPÍTULO 12	176
ANEXOS	176
ANEXO 1: Contratos de Prestación de Servicios.....	176
ANEXO 2: Cuestionario de la encuesta.	178
ANEXO 3: Guía del moderador para el grupo focal.	181
ANEXO 4: Tablas de Costos fijos.....	183
ANEXO 5: Tabla del PAYBACK	183
CAPÍTULO 13	185
MATERIAL COMPLEMENTARIO	185

INDICE DE TABLAS

Tabla 1 Marco Lógico	43
Tabla 2 Cronograma	45
Tabla 3 Manual de funciones	54
Tabla 4 Valores de Décimo tercero y Cuarto Sueldo	60
Tabla 5 Valores de Fondos de Reserva y Vacaciones.....	60
Tabla 6 Comunicación interna y externa.....	65
Tabla 7 Gastos de Constitución.....	68
Tabla 8 Presupuesto de Sueldos y Salarios.	68
Tabla 9 PIB 2013 en Exportación e Importación.	71
Tabla 10 Indicadores del Ecuador	72
Tabla 11 Ingresos por commodities en el año 2013.	73
Tabla 12 Características de competidores.	79
Tabla 13 Criterio de Segmentación.	80
Tabla 14 Matriz FODA	81
Tabla 15 Descripción de las variables.	83
Tabla 16 Cálculo de Muestra.....	83
Tabla 17 Proyecciones de Ventas.....	98
Tabla 18 Análisis de la promoción Electrónica de los competidores.....	115
Tabla 19 Presupuesto de Marketing	118
Tabla 20 Análisis de Rentabilidad Offering.....	118
Tabla 21 Equipos y maquinarias.	121
Tabla 22 Detalle de capacidad de la empresa.....	123

Tabla 23 Presupuesto de Infraestructura.	124
Tabla 24 Balance Score card	132
Tabla 25 Inversión Inicial.....	135
Tabla 26 Inversión Fija.....	135
Tabla 27 Inversión Diferida.....	136
Tabla 28 Inversión Corriente.....	137
Tabla 29 Fuentes de Financiamiento.....	138
Tabla 30 Préstamo Bancario.....	138
Tabla 31 Amortización	139
Tabla 32 Cronograma de Inversiones.....	139
Tabla 33 Costos Fijos	140
Tabla 34 Costos Variable	141
Tabla 35 Costos de Ventas Anuales.	142
Tabla 36 Costos Financiero	142
Tabla 37 Precio, Mark Up y Margen.....	143
Tabla 38 Proyección de Ventas y Costos de Venta.....	143
Tabla 39 Punto de Equilibrio.....	144
Tabla 40 Punto de Cierre.....	144
Tabla 41 Impuesto a la Renta	145
Tabla 42 Balance General Inicial	147
Tabla 43 Estado de Pérdida y Ganancias	147
Tabla 44 Flujo de Caja	148
Tabla 45 TMAR	149

Tabla 46 Análisis de sensibilidad sobre las unidades vendidas	150
Tabla 47 Análisis sensibilidad sueldos.....	151
Tabla 48 Análisis de sensibilidad sobre gastos administrativos.....	152
Tabla 49 Análisis sensibilidad tasa de interés	152
Tabla 50 Balance general	153
Tabla 51 Ratios de liquidez	155
Tabla 52 Gestión.....	155
Tabla 53 Endeudamiento.....	155
Tabla 54 Rentabilidad.....	155
Tabla 55 Riesgos	160

INDICE DE ILUSTRACIONES

Ilustración 1 Cronograma	45
Ilustración 2 Organigrama de la empresa	50
Ilustración 3 Porcentajes de participación de los accionistas	57
Ilustración 4 Valores Éticos de la empresa.....	63
Ilustración 5 Presentación de beneficios en la empresa.	65
Ilustración 6 Ciclo de Vida del Mercado.....	75
Ilustración 7 Matriz BCG	75
Ilustración 8 Ciclo de Vida de Producto en el Mercado.....	76
Ilustración 9 Datos de información del encuestado.....	85
Ilustración 10 Pregunta 1 encuesta	85
Ilustración 11 Pregunta 2 encuesta.....	86
Ilustración 12 Pregunta 3 encuesta.....	87
Ilustración 13 Pregunta 4 encuesta.....	88
Ilustración 14 Pregunta 4 encuesta.....	88
Ilustración 15 Pregunta 5 encuesta.....	89
Ilustración 16 Pregunta 6 encuesta.....	89
Ilustración 17 Pregunta 7 encuesta.....	90
Ilustración 18 Pregunta 8 encuesta.....	91
Ilustración 19 Pregunta 9 encuesta.....	92
Ilustración 20 Pregunta 10 encuesta.....	92
Ilustración 21 Logo Publicitario	102

Ilustración 22 De aspectos de valoración del activo de la marca.....	102
Ilustración 23 Amplitud y profundidad de línea.....	105
Ilustración 24 Ubicación del negocio.....	107
Ilustración 25 Ubicación del negocio.....	108
Ilustración 26 Canal de Distribución.....	109
Ilustración 27 Página web.....	114
Ilustración 28 Fan page de FitnessFunny.....	116
Ilustración 29 Cronograma de Marketing.....	117
Ilustración 30 Flujograma de Venta de Servicio de FitnessFunny.....	123
Ilustración 31 Mapa Estratégico.....	132

ABREVIATURAS

ATL: Above The Line

BAV: Brand Asset Valuator

BCE: Banco Central del Ecuador

BTL: Below The Line

FODA: Fortaleza, Oportunidades, Debilidades, Amenazas

IESS: Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social

INEC: Instituto Nacional de Estadísticas y Censos

IVA: Impuesto al Valor Agregado

OCED: Organización y el desarrollo económico.

PEST: Político, Económico, Social y Tecnológico

PIB: Producto Interno Bruto

ROA: Return Over Assets

ROE: Return Over Equity

SRI: Servicio de Rentas Internas

SENPLADES: Secretaria Nacional de Planificación y Desarrollo

SINDE: Sistema de Investigación y Desarrollo

TIR: Tasa Interno de Retorno

TMAR: Tasa Mínima Aceptable Requerida

VAN: Valor Actual Neto

RESUMEN EJECUTIVO

El objetivo del presente trabajo está basado en implementar un gimnasio para niños en el que se ofrezca un servicio de calidad donde se desarrolle habilidades físicas en infantes que les permitan invertir su tiempo en actividades productivas y lleven una alimentación saludable con lo cual obtendrán un beneficio extraordinario que será llevar un estilo de vida saludable, lo que indica en el plan del buen vivir. Este gimnasio se ubicará en el norte de Guayaquil en las calles Francisco Arizaga y Alfredo Saenz R., cerca del parque Clemente Yerovi de la vieja Kennedy.

A través de la investigación de mercado se pudo reconocer la necesidad que tienen los padres porque sus hijos realicen actividad física, y que les permitirá un buen desenvolvimiento en su entorno, se pudo reconocer el nivel de aceptabilidad, de concurrencia y el precio que los padres estarían dispuestos a cancelar, esto nos sirvió para despejar las incógnitas que se tenían planteadas en las hipótesis del trabajo sobre las puesta en marcha de este negocio.

También dentro del estudio de marketing se estipulan estrategias de publicidad que permitirán ahondar en el mercado y poder enrumbar al negocio con la misión y visión de la empresa utilizando las herramientas necesarias para posicionarnos en la mente del cliente, y de esta forma, entregar un servicio con el cual, tanto la empresa como nuestros clientes nos sintamos satisfechos.

Mediante un plan operativo se contemplarán los posibles riesgos que la empresa podría enfrentar en el lapso de desarrollo del negocio y las posibles soluciones, para así gestionar un plan de calidad ambiental y de responsabilidad social.

Finalmente, el estudio del entorno tributario financiero nos demuestra que la empresa requerirá una inversión inicial de \$ 68.249,71, la cual será financiada con el 30% los accionistas y el 70% un préstamo bancario al banco Pichincha, cuya recuperación se evaluó en 3 años. Los indicadores del presente proyecto fueron favorables con una TIR de 48% y un VAN de \$ 79.473,67.

CAPÍTULO 1

DESCRIPCIÓN DE LA INVESTIGACIÓN

CAPITULO 1

1. DESCRIPCIÓN DE LA INVESTIGACIÓN

1.1. Tema – Título

La Propuesta del Trabajo de Titulación para la obtención del Título de Ingeniero en Desarrollo de Negocios Bilingüe es: “Propuesta para la creación de un gimnasio que promueva el desarrollo de habilidades físicas para niños en la ciudad de Guayaquil”.

1.2. Justificación

El ejercicio físico es importante para el desarrollo saludable de los niños, esta actividad debería ser fomentada por los padres y en las diferentes instituciones para que de esta manera los niños puedan mantener estehábito de forma continua, la cultura física es de gran relevancia para los seres humanos de la misma manera que la alimentación y aseo diario. El ejercicio brinda a los niños el beneficio de llevar una vida cotidiana sin estrés y tener una vida sana.(Pinilla, 1992)

Cuando los niños realizan ejercicios físicos están invirtiendo el tiempo y la mente en cosas productivas, sin embargo en los últimos años se han desarrollado nuevas alternativas de diversión que captan su atención tales como:

- Video juegos (Pc, Ps4, Ps3,Vita,Xbone,X360,Wii,Wii u, PlayStation)
- Programas virtuales (internet)
- Programas de televisión.

Debido a esto, los niños han centrado su atención en dichos programas y no le brindan importancia al ejercicio físico por invertir el tiempo en practicar estos juegos que en algunos casos presentan violencia y adicción.

Por tal motivo, se refleja la oportunidad de crear un gimnasio para niños, donde podrán hacer uso de su tiempo haciendo ejercicios con actividad física utilizando maquinas especializadas para su peso corporal. **Fitnessfunny**hará de las actividades físicas algo totalmente divertido para los niños, brindando un desarrollo diferente al que tenían dentro de su crecimiento. Con un servicio de calidad con profesionales experimentados y conocedores de las diversas áreas que tendrá este gimnasio.

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UN GIMNASIO QUE PROMUEVA EL DESARROLLO DE HABILIDADES FÍSICAS PARA NIÑOS EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

Planteamiento y Delimitación del Tema u Objeto de Estudio

La ciudad de Guayaquil cuenta con 2.350.915 habitantes; siendo la población infanto-juvenil comprendida entre los 5 -14 años de 441.73. En la parroquia Tarqui existe alrededor de 1.050.826 habitantes la cual está conformada por 207.612 niños de 5 a 14 años equivalente al 19.76% de la población de esta parroquia (INEC, 2012), lo cual muestra un mercado atractivo debido a su densidad poblacional.

El estudio se realizará en la parroquia Tarqui en los barrios residenciales como La Prosperina, Urdesa, Miraflores y Los Ceibos que pertenecen a esta parroquia en la ciudad de Guayaquil, dicha investigación se la llevará a cabo en Octubre del 2013 a Enero del 2014.

1.3. Contextualización del Tema u Objeto de Estudio

En la actualidad hacer deporte es muy importante, no solo por el hecho de tener un cuerpo tonificado, o verse delgado sino el mantener una vida sana y saludable, el ejercicio es básicamente un instrumento para mantener un equilibrio entre la vida y los labores diarios.

Dentro de la ciudad de Guayaquil existen 117 establecimientos dedicados al cuidado del cuerpo “gimnasios”. El 44% de los gimnasios están dirigidos para clase media, el valor mensual es de \$45 a \$120. Lugar donde los usuarios mantienen un estilo de vida de ejercicio para evitar el estrés por las responsabilidades que se tiene en el diario vivir, por eso estos centros son muy importantes ya que mantienen el cuerpo y la mente en un estado de paz y armonía.(Municipio, 2013)

Los gimnasios que existen dentro de la ciudad de Guayaquil están adecuados para el uso de jóvenes, adultos y adultos mayores, no existe gimnasio que promueva la actividad física adecuada para niños lo que nos da una oportunidad de negocio que logre los niños puedan divertirse en movimiento para mantener una vida saludable.

Los datos que el Ministerio de Salud Pública maneja son de 2001 y corresponden a un estudio nacional realizado por la Maestría de Alimentación y Nutrición de la Universidad Central del Ecuador. En dicho estudio se constató que de 1 866 niños, el 8.7%, es decir, 162, tenía sobrepeso y 98 o el 5.3%, estaba obeso.(Ministerio de Salud Pública, 2001)

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UN GIMNASIO QUE PROMUEVA EL DESARROLLO DE HABILIDADES FÍSICAS PARA NIÑOS EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

Según el Ministerio de Salud, la prevalencia de sobrepeso y obesidad es del 29,9% en niños de 5 a 11 años. En menores de 12 a 19 años la cifra es del 26%, mientras que en la población de 19 a 59 existe un 63% de sobrepeso y obesidad.(TELÉGRAFO, 2013)

Actualmente en Ecuador los niños y adolescentes escolarizados se beneficiarán con el nuevo acuerdo interministerial de bares escolares y el programa “Aprendiendo en Movimiento”. El objetivo de estos programas es reducir la obesidad en los niños, niñas y adolescentes que se registra en Ecuador. Durante su intervención, la ministra de salud, Carina Vance, resaltó la importancia del acuerdo interministerial, ya que permitirá controlar los productos y alimentos que se expenden en los bares, para que los estudiantes tengan una alimentación saludable. “Hemos firmado un acuerdo interministerial, para el control de bares escolares, estamos controlando a nuestros niños y niñas, puesto que en esta etapa de sus vidas están propensos a la obesidad. En el país 3 de cada 10 niños tiene obesidad, lo cual constituye un riesgo de enfermedades como hipertensión y diabetes, y problemas cardíacos”.(Ministerio de Salud Pública, 2014)

En los últimos veinte años ha aumentado bruscamente la obesidad a nivel mundial, tendencias en los países desarrollados. Hoy en día se puede decir que uno de cada tres niños en los Estados Unidos padece de obesidad infantil. Alrededor de 9 millones están afectados, lo que quiere decir que el 15% de entre seis y once años sufren de sobrepeso, reveló una estadística del Grupo Nacional de Estadísticas para la Salud en Estados Unidos. En México en este caso ocupa el cuarto lugar en el mundo con más niños obesos en los que oscilan niños de entre los cinco y los siete años de edad, estudio hecho en el 2012 por la OCED (Organización y el Desarrollo Económico), y en el que también destaca que el 16,9% de la población de las naciones afiliadas sufre este procedimiento.(Business Directory Plugin, 2013)

Este trabajo de investigación se encuentra enmarcado principalmente en 2 objetivos del Plan del Buen Vivir:

- Mejorar la calidad de vida de la población, objetivo número 3. Para cumplir la meta de aumentar la actividad física y reducir la obesidad escolar.
- Garantizar el trabajo estable, justo y digno, en su diversidad de formas, objetivo número 6. Para cumplir la meta de incrementar la media laboral.(Semplades, 2013)

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UN GIMNASIO QUE PROMUEVA EL DESARROLLO DE HABILIDADES FÍSICAS PARA NIÑOS EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

El trabajo de titulación cumple con los lineamientos del sistema de investigación y desarrollo que se establece en el artículo 2 del SINDE, de la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil, destinado a la consolidación y apoyo permanente de la investigación científica científico – técnica, tecnológica y el desarrollo, como expresiones fundamentales de la responsabilidad social de la institución, el que se basa en Modelos Empresariales como línea de investigación de la Facultad de Especialidades Empresariales enfocado en el objetivo de promover la innovación y el emprendimiento de negocios. (Sinde, 2010)

1.5. Objetivos de la Investigación

1.5.1. Objetivo General

Evaluar la factibilidad para la creación y aceptación de un gimnasio que promueva el desarrollo de habilidades físicas para niños en el norte de la ciudad de Guayaquil.

1.5.2. Objetivos Específicos

- Identificar lugares propicios para la ubicación del gimnasio.
- Analizar la rentabilidad financiera del trabajo de titulación.
- Determinar el tamaño de mercado mediante la realización de un estudio de mercado.

1.6. Determinación del Método de Investigación y Técnica de Recogida y Análisis de la Información.

El presente trabajo de titulación utilizará el método exploratorio para el desarrollo de la investigación. Es decir, cuando la revisión de la literatura reveló que únicamente hay guías no investigadas e ideas vagamente relacionadas con el problema de estudio. Los estudios exploratorios sirven para aumentar el grado de familiaridad con fenómenos relativamente desconocidos, obtener información sobre la posibilidad de llevar a cabo una investigación más completa sobre un contexto particular de la vida real, investigar problemas del comportamiento humano que consideren cruciales los profesionales de determinada área, identificar conceptos o variables promisorias, establecer prioridades para investigaciones posteriores o sugerir afirmaciones (postulados) verificables. (Hernández Sampieri, Fernández Collado, & Baptista Lucio, 1991)

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UN GIMNASIO QUE PROMUEVA EL DESARROLLO DE HABILIDADES FÍSICAS PARA NIÑOS EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

La recopilación de información se dividirá en dos métodos: cuantitativo y cualitativo. Cualitativo se la hará por entrevistas a personas expertas en la materia con respecto a nutricionistas, instructores de actividad física para niños y por medio de la observación directa vamos a obtener la información específica para nuestra investigación. Así mismo utilizaremos el método Cuantitativo aplicando encuestas a padres de familias.

A partir de la información obtenida por medio de encuestas y entrevistas, con los datos recolectados se procederá a su interpretación y análisis, de esta manera se podrá determinar si existe una oportunidad de negocio, estableciendo la demanda potencial, la cual será aplicada con proyecciones financieras.

1.7. Planteamiento del Fenómeno Paradigmático

La presente investigación estará alineada con el fenómeno paradigmático socio crítico. El paradigma agrupa múltiples enfoques de investigación como respuesta a los paradigmas positivista y constructivista. Pretende superar el reduccionismo y conservadurismo de ambos, admitiendo una investigación social, ni puramente empírica, ni únicamente interpretativa.(Dra. Corona Gómez Armijos, 2006)

1.7.1. Planteamiento del Problema

Los niños necesitan invertir el tiempo en cosas productivas que les beneficie su crecimiento, desarrollo y salud. Por lo cual en sus primeros años de vida es donde la familia juega un papel importante al momento de inculcarle valores, principios, y prácticas de diferentes actividades que los infanto-juveniles requieren para poder distraer su mente y cuerpo en movimiento divertido.

Pero esto no está aplicándose dentro de los hogares debido a que el trabajo de los padres es demandante, por lo que realizan diferentes actividades en la que invierten gran parte de su tiempo, por ende no brindan la atención necesaria hacia sus hijos.(El comercio, 2009)

En la actualidad el problema radica en el uso de dispositivos tecnológicos que brindan a los niños diferentes juegos que en algunos casos muestran violencia y lenguaje obsceno, que no contribuye con el aprendizaje de los niños en ninguna área.(Vega, 2002)

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UN GIMNASIO QUE PROMUEVA EL DESARROLLO DE HABILIDADES FÍSICAS PARA NIÑOS EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

Otra de las grandes desventajas es que los infantes no practican mucho ejercicio físico (movimiento) dentro de su niñez y esto provoca que el cuerpo se mantenga estático sin ningún tipo de beneficio para contribuir con su desarrollo.

Los padres deben transmitir a los niños desde pequeños la forma de llevar una vida sana y nutritiva, fomentando la importancia que tiene el ejercicio dentro de la formación de los seres humanos. Para que los niños no contraigan enfermedades como las de colesterol, obesidad, desnutrición entre otras.

El presente problema que se podría resolver mediante la creación de un gimnasio que promueva el desarrollo de habilidades físicas para niños.

1.8. Fundamentación Teórica del Proyecto

1.8.1. Marco Referencial

Este tipo de idea de negocio de emprendimiento se puede observar en América Latina y Europa, puesto que en dichos continentes sucede algo similar, las ventas de gimnasios infantiles incrementaron 30% en el último año, respecto al año anterior, ante la creciente demanda de restaurantes, salones de fiesta y escuelas dijo Manuel Muñoz, director comercial de Juegos Infantiles Modulares, fabricante de este tipo de productos.(Grupo de Expasión S.A, 2013). A continuación se presentaran algunos casos en diferentes países de Norte América y Europa que trabajan con este tipo de emprendimientos que se plantea en este trabajo de titulación:

Estados Unidos: Fun Fit Kids es un programa de ejercicios diseñado para el desarrollo fitness para los niños. Fit Kids Fun dará a los niños los fundamentos de mantenerse saludable, ahora y en la edad adulta. Fit Kids Fun asegura los niños experimentan los componentes de la aptitud clave como la resistencia cardiovascular, fuerza y resistencia muscular, el equilibrio y la flexibilidad.(Sunshine Park Fitness, 2013)

Europa: El programa B-Active se basa en un concepto desarrollado en Europa y ha sido aplicado en más de 10 países. Se trata de un trabajo integral, que desarrolla la fuerza muscular, la resistencia aeróbica, la flexibilidad, la velocidad, la coordinación, balance y equilibrio, con el objetivo de dar a los niños la oportunidad de moverse y practicar actividad

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UN GIMNASIO QUE PROMUEVA EL DESARROLLO DE HABILIDADES FÍSICAS PARA NIÑOS EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

física y generar un estilo de vida, basado en la práctica regular de actividad física.(La Pandereta, 2011)

De acuerdo con un estudio científico de la Escuela de Medicina de la Universidad de Carolina del Norte en Estados Unidos, publicado en la edición en línea de septiembre de 2012 de la revista *Pediatrics*, los niños menores de 9 años con sobrepeso consumen cada día más calorías que sus pares sanos. Sin embargo, en un hallazgo totalmente inesperado, los investigadores descubrieron que los niños y adolescentes con edades entre 9 y 17 años y con sobrepeso consumen menos calorías al día que sus contrapartes de peso sano.(Escuela de Medicina de la Universidad del Norte de Estados Unidos, 2012)

La experta añade que para niños y adolescentes de edades entre 6 y 17 años, la recomendación, de acuerdo con las Guías Diarias de Alimentación 2010 del Departamento de Agricultura de Estados Unidos (USDA, por sus siglas en inglés) es de 60 minutos o más de actividad física diaria, dentro del cual puede incluir:

- **Actividad aeróbica moderada:** Caminar, bailar, nadar.
- **Actividad aeróbica vigorosa:** Correr, andar en bicicleta en la montaña.
- **Fortalecimiento muscular (3 veces a la semana):** Trabajos de fuerza y contra resistencia.
- **Fortalecimiento de huesos (3 veces a la semana):** Saltar la cuerda, deportes como la gimnasia.(Paéz, 2012)

1.8.2. Marco Teórico

La propuesta del presente trabajo contempla ofrecer un servicio en donde se va a demostrar la importancia de la actividad física y del emprendimiento generando un valor agregado a esta idea de negocio.

Teoría de actividad física: “El movimiento es portador de una riqueza que lo sobrepasa”. Pero además el movimiento en el ámbito de la actividad físico – deportiva es, esencialmente el movimiento del hombre. Ese movimiento es siempre “inteligente” y posee las características esenciales de su “voluntariedad” y se propiedad “exclusiva” del hombre. Ningún animal es capaz de crear de forma intencional habilidades como los seres humanos.(López, 1998)

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UN GIMNASIO QUE PROMUEVA EL DESARROLLO DE HABILIDADES FÍSICAS PARA NIÑOS EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

Teorías del Emprendimiento: Su fundamentación teórica se basa en las motivaciones humanas y su relación con el crecimiento económico, relaciona su teoría ampliamente en el área del espíritu empresarial y son base fundamental para el desarrollo de conocimiento sobre el espíritu empresarial. Algunos de sus anuncios básicos son:

- Motivación al logro.
- Motivación hacia la afiliación.
- Motivación al poder

Las personas con un alto nivel de logro les gustan rápidamente que tan bien estén desarrollando su actividad, y si están en el camino que lleva la solución.(McClelland, 2012)

Teoría de calidad de vida:La Motricidad representa un fundamento y una condición importante, no sólo para el desarrollo físico, sino también para el desarrollo intelectual y socioafectivo., ya no podemos analizarla únicamente desde el punto de vista biológico, sino que debemos asumir la repercusión que la misma posee sobre todas las dimensiones del ser humano.

Es por esto que la motricidad formativo-educativa debe suplir el déficit motriz de nuestro estilo de vida y de trabajo. El caminar, correr, saltar, empujar, lanzar, recibir, y muchas otras formas motoras básicas llegaron a la motricidad deportiva surgiendo de la motricidad laboral o por intermedio de ella.

La finalidad de la educación no es exclusivamente la adquisición de determinados conocimientos o habilidades, sino el desarrollo de un ser humano más plenamente humana, libre, creadora y recreadora de su propia cultura, con el fin último de mejorar su calidad de vida.

La Educación física es la área de la educación que educa al hombre a través del movimiento, desde y en lo psicomotor, hacia lo cognitivo - socioafectivo y en función de un diseño de hombre.

"La obesidad, el estrés, el sedentarismo y el consumo exagerado de alcohol, tabaco y drogas, junto con la motorización constituyen los pilares sobre los que se apoya el sistema de vida de los ciudadanos modernos que, a la vez que les permite disfrutar de algunos placeres, les produce un forma típica de enfermedad y muerte."

"El estilo de vida "moderno" y la sociedad de consumo se caracterizan por una desmedida carrera competitiva, lo que desencadena una enorme tensión (estrés). Para poder competir en el duro campo del consumismo, muchos individuos (como los malos deportistas) necesitan de estimulantes (dopaje) que eliminen las tensiones generadas; tabaco, alcohol y drogas cumplen su cometido."

Frente a esto, la sociedad ha conferido hoy, al ejercicio y al deporte, en sus manifestaciones recreativas, educativas o competitivas, una función trascendente para la preservación y desarrollo de la salud del ser humano, por esta razón el movimiento debe manifestarse como una forma de cultura, de educación y de promoción de salud. (Becerro, 1994)

Teoría de necesidad intermedia de la salud física en la etapa escolar: Durante este periodo es especialmente importante el espacio exterior adecuado, libre de peligros y contaminantes, en el que el niño pueda jugar, hacer ejercicio físico y respirar aire limpio, aunque es necesario poner atención a la protección de riesgos físicos, pues a medida que aumenta su tamaño, fuerza y coordinación, realiza actividades cada vez más peligrosas. En lo que se refiere a las necesidades sexuales, el niño desarrolla una imagen de su identidad sexual y de género permanecerá constante durante toda la vida y que no depende de los factores externos (como por ejemplo su biología, su ropa, sus adornos o su profesión). Pues constituye el patrón de referencia de los niños para aprender los elementos más esenciales y significativos sobre la conducta sexual.(Espinoza, 2001)

1.8.3. Marco Conceptual

- **Desarrollo saludable:** Un desarrollo que se defina como saludable implicará la ausencia de trastornos graves en tres ámbitos o aspectos: la psiquis (o mente), el cuerpo, y las relaciones o vínculos que se mantengan con las demás personas. En otras palabras, ausencia de trastornos significativos a nivel bio-psico-social.(Sargiotti, 2012)
- **Resistencia aeróbica:** La resistencia anaeróbica es la capacidad que tiene el cuerpo para soportar una carga de intensidad alta el mayor tiempo posible, con una frecuencia cardiaca superior a 170 pulsaciones por minuto.(Picasso, 2010)

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UN GIMNASIO QUE PROMUEVA EL DESARROLLO DE HABILIDADES FÍSICAS PARA NIÑOS EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

- **Divertirse en movimiento:** El movimiento significa diversión y alegría, además de aprender y de no quedarse atrás.(Schmutz, 2008)
- **Elíptica infantil:**Un divertido juguete que además estimula la psicomotricidad del niño(Pequefitness, 2013)
- **Stepper infantil:** Máquina para realizar actividades físicas, deportivas con bajo impacto, que ayudan a la circulación y ejercitación motriz.(Pequefitness, 2013)
- **Bicicleta elíptica air junior:** La tecnología de los aparatos cuenta con unos beneficios únicos para el entrenamiento de chicos entre 8 y 16 años (adolescentes y pre-adolescentes) en cuanto a: seguridad y eficacia biomecánica.(Pequefitness, 2013)
- **Butterfly pecho juvenil:** La tecnología hidráulica de las máquinas cuenta con unos beneficios únicos para el entrenamiento/rehabilitación de chicos entre 7 y 14 años.(Pequefitness, 2013)

1.8.4. Marco Legal

El gimnasio dirigido para niños se encuentra regido por leyes ecuatorianas y al estar ligada a este sistema legal el Estado Ecuatoriano le otorga derechos y obligaciones que se deben de cumplir para el funcionamiento del presente trabajo, las leyes y normas que se van aplicar serán de las diferentes entidades del Ecuador:

- Ley de Superintendencia de Compañías.(Supercias, 1999)
- Código de Niñez y Adolescencia. (Informe de coyuntura economica N7 año 2011, 2011)
- Ley de Defensa del Consumidor (EcuadorLegal, 2013)
- Ley de Régimen Tributario (Ley de Régimen Tributario Interno, 2013)
- Código de Trabajo(Código de Trabajo, 2013)
- Ley de Inquilinato (Ley de Inquilinato, 2000)

1.8.5. Marco Lógico

Tabla 1 Marco Lógico

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UN GIMNASIO QUE PROMUEVA EL DESARROLLO DE HABILIDADES FÍSICAS PARA NIÑOS EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

	Lógica de Intervención	Indicadores Objetivamente Verificables	Fuentes y Medios de Verificación	Supuestos
Objetivo General	Evaluar la factibilidad para la creación y aceptación de un gimnasio que promuevan el desarrollo de habilidades físicas para niños en la ciudad de Guayaquil.	VAN TIR PAYBACK	Estados financieros. Análisis financieros.	VAN sea positiva. TIR sea mayor al porcentaje del préstamo. Que el retorno de la inversión sea en 4 años.
Objetivos Especificos	Identificar lugares propicios para la ubicación del gimnasio.	Intención de asistencia de acuerdo a la ubicación del gimnasio.	Estudios de mercado.	Se identificará el lugar adecuado a partir de la respuesta de los encuestados.
	Determinar el tamaño de mercado mediante la realización de un estudio de mercado.	Porcentaje de niños cuya edad es de 5 a 14 años en el norte de la ciudad de Guayaquil.	Encuestas.	Que el market share sea mayor a 4000 niños en el norte de Guayaquil.
	Analizar la rentabilidad financiera del trabajo de titulación.	ROA ROE	Análisis Financiero	ROA sea del 30%. ROE sea del 10% en repartición de remuneración a sus accionistas.
Acciones	Realizar estudios financieros.	Índice de rentabilidad y liquidez.	Presupuesto	Disponibilidad de los datos financieros.

Elaborado por: La Autora.

Fuente: Investigación.

1.9. Formulación de la hipótesis y-o de las preguntas de la investigación de las cuáles se establecerán los objetivos.

El presente trabajo de titulación tendrá la hipótesis de tipo casual, por la necesidad de la creación de un gimnasio que promueva el desarrollo de habilidades físicas para niños.

La hipótesis sobre la cual se basa esta investigación es:

La creación de un gimnasio para niños es una propuesta viable y será aceptada por el mercado guayaquileño.

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UN GIMNASIO QUE PROMUEVA EL DESARROLLO DE HABILIDADES FÍSICAS PARA NIÑOS EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

Las interrogantes que se desarrollaron para la investigación son:

- ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar el mercado meta por la suscripción al gimnasio?
- ¿Cuál sería la adecuación ideal para el gimnasio?
- ¿Le gustaría que se implemente un área de nutrición?
- ¿Con que frecuencia asistirán los niños a el gimnasio?

1.10. Cronograma

Tabla 2 Cronograma

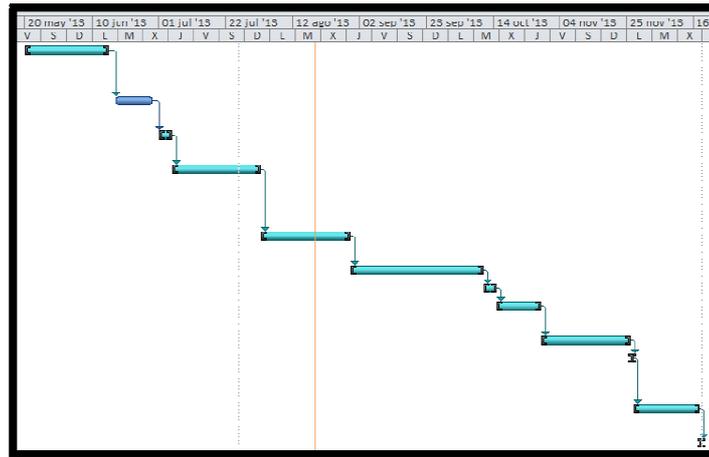
1		Planteamiento y desarrollo de la idea de negocio.	1 ms	lun 20/05/13	vie 14/06/13	
2		Busqueda de información y fuentes.	10 días	lun 17/06/13	vie 28/06/13	1
3		Entorno Jurídico de la empresa.	4 días	lun 01/07/13	jue 04/07/13	2
4		Método de Investigación y Fundamentos Teórica del Proyecto.	20 días	vie 05/07/13	jue 01/08/13	3
5		Elaboración del Plan Operativo.	20 días	vie 02/08/13	jue 29/08/13	4
6		Auditoria de Mercado.	30 días	vie 30/08/13	jue 10/10/13	5
7		Plan de Marketing.	2 días	vie 11/10/13	lun 14/10/13	6
8		Estudio Económico-Financiero - Tributario	10 días	mar 15/10/13	lun 28/10/13	7
9		Plan de Contigencia.	20 días	mar 29/10/13	lun 25/11/13	8
10		Elaboración de Conclusiones y Recomendaciones.	1 día	mar 26/11/13	mar 26/11/13	9
11		Revisión final y encuadernación.	15 días	mié 27/11/13	mar 17/12/13	10
12		Sustentación.	1 día	mié 18/12/13	mié 18/12/13	11

ELABORADO POR: La Autora.

FUENTE: Investigación.

Ilustración 1 Cronograma

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UN GIMNASIO QUE PROMUEVA EL DESARROLLO DE HABILIDADES FÍSICAS PARA NIÑOS EN LA CUIDAD DE GUAYAQUIL”



ELABORADO POR: La Autora.

FUENTE: Investigación.

CAPÍTULO 2

DESCRIPCIÓN DEL NEGOCIO

2. DESCRIPCIÓN DEL NEGOCIO

2.1. Análisis de la Oportunidad

En la actualidad en el Ecuador no existen gimnasios dirigidos a niños lo que deriva una oportunidad de emprendimiento, este negocio nos brinda el beneficio de satisfacer una necesidad existente.

En la actualidad el mercado dirigido a niños se enfoca en actividades deportivas, y si los niños no quieren seleccionar un deporte en específico no tiene la oportunidad de continuar con su actividad por eso este tipo de negocio brinda un programa de diferentes actividades físicas utilizando máquinas para tener el movimiento constante y con un guía de alimentación que lleve de la mano en crecimiento constante que los niños tienen.

2.1.1. Descripción de la Idea de Negocio

Un gimnasio que promueva el desarrollo de habilidades físicas para niños es una empresa de servicios que estará distribuida en diferentes áreas como: física, emocional e interactiva, contará con especialistas que ayudarán a promover la actividad física dentro del crecimiento de los niños, esto ayudará a que los infantes involucren el tiempo en cosas productivas apoyado por una alimentación equilibrada para su crecimiento.

De esta, manera se podrá contribuir a la sociedad con un cambio en el estilo de vida si logramos captar la atención de nuestro mercado meta en el Ecuador.

2.1.2. Descripción de la Idea Producto o Servicio

El gimnasio para niños contará con tecnología de punta en cada máquinas de ejercicio que estará a la medida de los niños contaremos con: bicicleta estáticas infantil, trineo libre paseo zipfy, elíptica infantil, cinta de correr infantil, stepper infantil, bicicleta elíptica air junior, elíptica júnior, press de hombro júnior, butterfly pecho juvenil, bíceps/ tríceps junior, extensiones de cuádriceps júnior entre otras. El gimnasio contará con el asesoramiento de profesionales que induzcan a los infantes a sentirse atraídos por el ejercicio divertido.

El gimnasio tendrá horarios para las diferentes edades para poder seguir su desarrollo y complementando con análisis médicos y nutrición adecuada.

Las personas que trabajarán dentro del establecimiento emplearán métodos didácticos y atractivos para captar la atención de los niños y garantizar una actividad física productiva.

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UN GIMNASIO QUE PROMUEVA EL DESARROLLO DE HABILIDADES FÍSICAS PARA NIÑOS EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

La clase tendrán máximo 20 alumnos dependiendo de la edad, serán supervisados por un instructor.

Se ofrecerá servicios adicionales: comedor (alimentación), tiempo adicional de instrucción diaria.

2.2. Misión, Visión y Valores de la Empresa.

Misión

Ser una empresa dedicada al desarrollo físico a través del movimiento divertido en niños, brindando servicios personalizados con tecnología de punta.

Visión

Posicionarse en la ciudad de Guayaquil en el 2020 como el gimnasio para niños de mayor renombre y credibilidad, donde los padres puedan confiar el desarrollo físico de los infantes.

Valores Corporativos

- Responsabilidad: con respecto a los horarios de atención y con el trato a los niños.
- Respeto: Hacia los niños y padres.
- Compromiso: Con el desarrollo de las actividades para los infantes.
- Felicidad: Brindar actividad divertida para que los niños se familiaricen.
- Confianza: tener una sólida relación con nuestros usuarios brindado respaldo y seguridad.

2.3. Objetivos de la Empresa

2.3.1. Objetivo General

Ofrecer un servicio de gimnasio para niños con extrema diversión en el ámbito local y fomentar el ejercicio físico para mejorar la calidad de vida, realizando entrenamiento con profesionales aptos para satisfacer a nuestros clientes.

2.3.2. Objetivo Específicos

- Mantener un índice de satisfacción de los clientes superior al 70%.

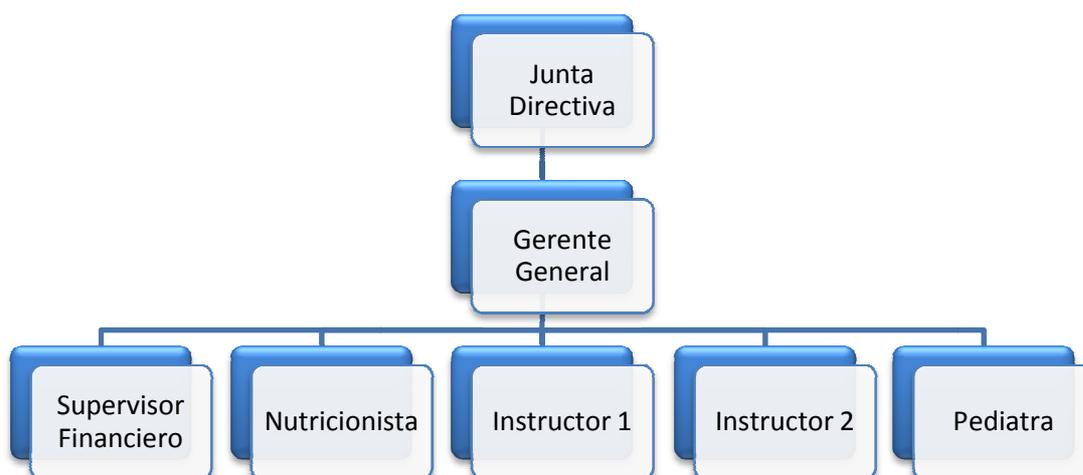
“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UN GIMNASIO QUE PROMUEVA EL DESARROLLO DE HABILIDADES FÍSICAS PARA NIÑOS EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

- Preservar las instalaciones haciendo revisiones continuos y mantenimiento preventivos 2 veces al año.
- Incrementar las suscripciones en un 10% el periodo 2.
- Promover un plan nutricional con una guía de alimentos para equilibrar las calorías, proteínas y nutrientes

2.4. Estructura Organizacional

2.4.1. Organigrama

Ilustración 2 Organigrama de la empresa



ELABORADO POR: LA AUTORA

FUENTE: INVESTIGACIÓN

2.4.2. Desarrollo de Cargos y Perfiles por Competencias

GERENTE GENERAL

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UN GIMNASIO QUE PROMUEVA EL DESARROLLO DE HABILIDADES FÍSICAS PARA NIÑOS EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

Resumen del cargo: Es la persona que va a guiar a todo el personal dentro de la empresa y se encargara de dirigir, revisar, manejar los recursos para lograr un resultado positivo para los accionistas. También será el encargado de la promoción del gimnasio para niños, realizar las relaciones públicas.

Autoridad: Deberá entregar información o rendición de cuentas a la junta directiva (accionistas).

Requisitos del puesto

Sexo: Femenino

Edad: 28 a 45 años

Experiencia: 2 años.

Formación Académica: Administración de empresas o carreras afines, maestría en marketing.

Conocimientos adicionales: Manejo de herramientas informáticas, contabilidad, relaciones públicas.

Habilidades: Ser responsable, dirigir a un grupo de personas para poder trabajar en equipo, sinergia y habilidades para comunicarse.

DEPARTAMENTO FINANCIERO

Este departamento estará dirigido por un Supervisor financiero.

SUPERVISOR FINANCIERO

Resumen del cargo: Persona que manejara toda la información financiera para rendirle cuentas a la junta directiva y organizar que la documentación contable este al día y que se realicen los pagos a los proveedores, empleados.

Autoridad: Deberá entregar información o rendición de cuentas al Gerente General.

Requisitos del puesto

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UN GIMNASIO QUE PROMUEVA EL DESARROLLO DE HABILIDADES FÍSICAS PARA NIÑOS EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

Sexo: Masculino

Edad: 32 a 45 años

Experiencia: 5 años.

Formación Académica: Ingeniero en Administración de Empresas, Contador Público.

Conocimientos adicionales: Manejo de Excel y software contable 2013 y TIGER.

Habilidades: Liderazgo y excelente comunicación con grupo de trabajo.

NUTRICIONISTA

Es la persona que se encargara de llevar un plan de nutrición, controlar los nutrientes para las diferentes necesidad de los usuarios. Planificar un programa de educación alimentaria, mantenerse al día con la información.

Resumen del cargo:

Autoridad: Rinde cuentas al Gerente General.

Requisitos del puesto

Sexo: Femenino

Edad: 29 a 39 años

Experiencia: 3 años.

Formación Académica: Licenciado en Nutrición, Dietética y Estética.

Conocimientos adicionales: Manejar Excel y supervisar el control de alimentos.

Habilidades: Apatía con los niños y que trabaje en equipo.

INSTRUCTORES

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UN GIMNASIO QUE PROMUEVA EL DESARROLLO DE HABILIDADES FÍSICAS PARA NIÑOS EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

Resumen del cargo:

Persona encargada de la actividad física en los niños, y encargado de las maquinas e instrumentos que va a tener el gimnasio. Reconocer la distribución de uso de cada equipo, notificar algún percance con los implementos que se utilizan dentro de establecimiento.

Autoridad: Rinde cuentas al Gerente General.

Requisitos del puesto

Sexo: Masculino

Edad: 28 a 35 años

Experiencia: 2 años.

Formación Académica: Maestro Nacional de Educación Física

Conocimientos adicionales: Utilice maquinas adecuadas para los niños, ingles.

Habilidades: Carismático, liderazgo.

PEDIATRA

Resumen del cargo:

Se encargara de hacer la revisión constante de los niños, mantener al día el historial médico de cada infante, entregar un informe de las diferentes actividades que los niños puedan realizar.

Autoridad: Rinde cuentas al Gerente General.

Requisitos del puesto

Sexo: Femenino

Edad: 28 a 35 años

Experiencia: 2 años.

Formación Académica: Especialista en Pediatría

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UN GIMNASIO QUE PROMUEVA EL DESARROLLO DE HABILIDADES FÍSICAS PARA NIÑOS EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

Conocimientos adicionales: Realizar todos los exámenes médicos, manejo de Excel.

Habilidades: Tener buena empatía con niños y buena actitud.

2.4.3. Manual de Funciones: Niveles, Interacciones, Responsabilidades y Derechos

Tabla 3 Manual de funciones

Cargo	Nivel de Mando	Interacción entre áreas	Responsabilidades	Derechos
Gerente General	Primario	Todas las áreas	- Representación de la empresa. - Da tareas a los gerentes de los diferentes departamentos. - Planifica las actividades de la empresa.	- Sueldo Fijo. - Beneficios de ley. - Pago por horas extras. - Viáticos. - Crear las políticas de la empresa. - Multas. - Contratación y despido del personal.
Departamento de Financiero.	Secundario	Todas las áreas	- Maneja la contabilidad de la empresa. - Realiza los registros contables de ventas, gastos y pagos de impuestos. - Analiza los presupuestos de cada departamento.	- Sueldo Fijo. - Beneficios de ley. - Pago por horas extras. - Viáticos.
Departamento de Vigilancia.	Secundario	Actividades de vigilancia	- Control físico en los diferentes horarios. - Control médico a cada niño. - Realiza una guía de alimentos nutritivos. - Planificar los ejercicios de acuerdo a la edad de cada infante.	- Sueldo Fijo. - Beneficios de ley. - Pago por horas extras. - Viáticos.

ELABORADO POR: La Autora.

FUENTE: Investigación.

CAPÍTULO 3

ENTORNO JURÍDICO DE LA EMPRESA

CAPITULO 3

3. ENTORNO JURÍDICO DE LA EMPRESA

3.1. Aspecto Societario de la Empresa

3.1.1. Generalidades

Esta empresa tomará el nombre de FitnessFunny, la que se encargará de impartir clases a niños de forma interactiva para el desarrollo de sus actividades físicas con tecnología de punta y con una correcta nutrición para el correcto crecimiento de cada infante. El gimnasio estará dirigido para niños de 5 a 12 años de edad.

Su domicilio será en el norte de Guayaquil y las actividades que realizará el gimnasio son:

Dirigir, instruir, coordinar, enseñar diferentes habilidades a los niños que se unan al gimnasio tecnológico que les permitan a los infantes desenvolverse en el ámbito emocional, físico e intelectual de esta manera se aportará al estilo de vida de nuestros usuarios.

3.1.2. Fundación de la Empresa

La empresa se constituirá como sociedad anónima, debido a que este tipo de empresa permite trabajar con 2 o más accionista los cuales serán responsables de la cantidad de aportaciones que cada socio brinde al capital, y por lo cual se dividirá cada ingreso como acciones. No se puede aportar cosa, mueble o inmueble que no corresponda al género de comercio de la compañía. Según lo mencionado en la sección VI, artículo #143 de la ley de compañías. (Supercias, 1999)

Analizando la oportunidad de crecimiento que la empresa podría lograr, bajo la sociedad anónima se puede trabajar con nuevos socios que aporten a dicho progreso siempre y cuando estén dispuestos a cancelar el valor de la acción que se encuentre en ese momento, por lo cual el beneficio en la parte financiera se equilibrara para invertir en nuevas alternativas que logren cautivar el mercado. Las acciones serán nominativas y estarán a libre disposición de venta siempre y cuando el socio lo decida e informe a la junta general de la empresa.

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UN GIMNASIO QUE PROMUEVA EL DESARROLLO DE HABILIDADES FÍSICAS PARA NIÑOS EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

Es importante mencionar que el capital deberá ser cancelado el 25% al momento de la celebración del contrato y la diferencia los accionistas lo deberán realizar en máximo dos años.

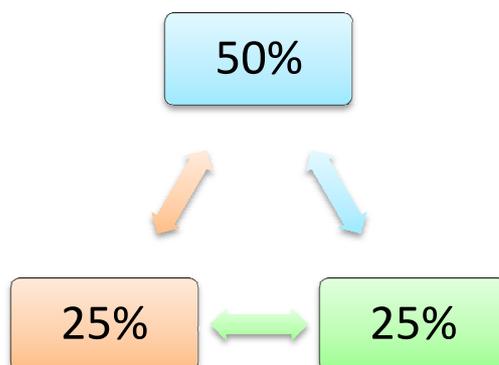
La escritura pública de constitución de la compañía FitnessFunny tendrá como estatuto social, según lo expuesto en el artículo #150 de la Ley de compañías:

- Intervinientes: los accionistas.
- Denominación: la representación comercial.
- Objeto social: actividad a realizar, extensión de varios objetos sociales (diversificación).
- Plazo: 70 años desde su inscripción.
- Domicilio: Guayaquil matriz de la empresa.
- Capital social: tres mil dólares de los estados unidos de Norteamérica.
- Liquidación: como lo disponga la ley vigente, bajos los incisos del contrato de la empresa.

3.1.3. Capital Social, Acciones y Participaciones

El capital social de la compañía será de tres mil dólares dividido en tres mil acciones con un valor de un dólar cada una, la empresa tendrá 3 accionistas por lo cual el capital de trabajo estará dividido en:

Ilustración 3 Porcentajes de participación de los accionistas



Elaborado por: La Autora.

Fuente: Investigación.

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UN GIMNASIO QUE PROMUEVA EL DESARROLLO
DE HABILIDADES FÍSICAS PARA NIÑOS EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

Los socios de la empresa serán:

1. Marilyn Conny Guzmán Reyes
2. Jennifer Gabriela Tumbaco Alvear
3. Fanny Marina Esteves Pico

Cada accionista tendrá opción de voto en la junta general según su número de acciones y estas tendrán todo el respaldo que la ley ecuatoriana indique.

3.1.4. Juntas Generales de Accionistas y-o Socios

La junta general de accionistas será presidida por uno de los socios de la empresa, designado por la junta directiva de la compañía. Dicho puesto será por cinco años hasta la próxima elección de autoridades. Como lo indica la ley de compañía en el artículo #231.

Las juntas deberán ser convocadas por el gerente general con una semana de anticipación, y emitir un informe donde se especifica los temas a tratar, el lugar, la hora en unos de los diarios de mayor circulación del país.

Las decisiones que en la junta de accionistas se tomen solo serán aceptadas si el 50 % mas 1 % de capital social este de acuerdo con los expuesto. Todos los accionistas tendrán derecho al voto y asistir a las reuniones. Se lo establece en el artículo #240.(Supercias, 1999)

3.1.5. Compañías Extranjeras

Este inciso no aplica para el trabajo de titulación a realizar por lo que se va a trabajar con inversionistas nacionales.

3.1.6. Compañías que Cotizan en Bolsa de Valores (opcional)

En este caso, dado a que el capital social es de \$3000 y solo trabajan con 3 socios, no aplica para trabajar en la bolsa de valores debido a que el monto mínimo para pertenecer a dicho establecimiento es de \$ 788.670 dólares y al menos diez miembros que reúnan las condiciones necesarias para poder entrar en el mercado de la bolsa de valores.

3.2. Aspecto Laboral de la Empresa

3.2.1. Generalidades

La compañía tendrá bajo sus actividades a trabajadores que realicen varias funciones siempre y cuando estas estén bajo los parámetros de ley y sean licitas.

Cada trabajador tendrá una relación de dependencia por lo que se ajustara a: horarios, sueldo y compromiso en cada actividad que su jefe directo lo establezca.

La empresa estará sujeta a las condiciones que le código de trabajo indique, dentro de las contrataciones la compañía tendrá máximo 90 días a prueba desde el momento de contratación. Los pagos se los realizara de forma mensual pero pagadera a 15 días. Todos los trabajadores gozaran de los beneficios como: IESS, décimo cuarto sueldo, décimo tercer sueldo, vacaciones, fondos de reservas y utilidades.(Código de Trabajo, 2013)

3.2.2. Mandato Constituyente #8

En marzo de 2008 la asamblea constituyente elimina y prohíbe la contratación por hora y la tercerización en lo que respecta a la condición de trabajo. De esta forma no se permitirá ninguna violación a las leyes vigentes en territorio ecuatoriano.

3.2.3. Tipos de Contrato de Trabajo

En el régimen laboral ecuatoriano dispone en el artículo 11 los tipos de contrato con los que se puede trabajar.

La empresa tomará para realizar el contrato a prueba y contrato a tiempo fijo. Las personas que laboren dentro de la compañía deberán ser personas capacitadas y con horarios establecidos. Si se presentara una renuncia deberá indicarse con 15 días de anticipación para poder buscar a la persona que se coloque en reemplazo.

3.2.4. Obligaciones del Empleador

En el código de trabajo detalla en el artículo 42 todas las obligaciones que empleador debe brindar a sus trabajadores, las cuales deberán ser cumplidas en todo su ámbito.

3.2.5. Décimo Tercera y Décimo Cuarta Remuneración

La compañía seguirá las normas que se establecen dentro del código de trabajo, por lo cual evitara cualquier sanción por incumplimiento.

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UN GIMNASIO QUE PROMUEVA EL DESARROLLO DE HABILIDADES FÍSICAS PARA NIÑOS EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

Décimo Tercer Sueldo: se lo podrá obtener por la doceava parte de todo lo ganado en el año. Artículo 111 de Código Laboral.

Décimo Cuarto Sueldo: Salario básico vigente. Artículo 113 de Código Laboral.

Tabla 4 Valores de Décimo tercero y Cuarto Sueldo

# CARGO	13° SUELDO	14° SUELDO
1 GERENTE GENERAL	\$ 1.000,00	\$ 340,00
1 ASISTENTE FINANCIERO	\$ 800,00	\$ 340,00
1 NUTRICIONISTA	\$ 750,00	\$ 340,00
2 INSTRUCTORES	\$ 1.120,00	\$ 680,00
1 PEDIATRA	\$ 800,00	\$ 340,00

Elaborado por: La Autora.

Fuentes: Investigación

3.2.6. Fondos de Reserva y Vacaciones

La empresa cumplirá con los requisitos patronales y laborales que las leyes ecuatorianas dispongan bajo la tutela del código de trabajo.

Fondos de Reserva: Se lo entrega después del primer año laborado y es un sueldo normal. Artículo 196 de Código Laboral.

Vacaciones: El valor cancelado anual dividido para 24. Artículo #69 del Código Laboral.

Tabla 5 Valores de Fondos de Reserva y Vacaciones.

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UN GIMNASIO QUE PROMUEVA EL DESARROLLO DE HABILIDADES FÍSICAS PARA NIÑOS EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

# CARGO	FONDOS DE VACACIONES	
1 GERENTE GENERAL	\$ 1.000,00	\$ 500,00
1 ASISTENTE FINANCIERO	\$ 800,00	\$ 400,00
1 NUTRICIONISTA	\$ 750,00	\$ 375,00
2 INSTRUCTORES	\$ 1.120,00	\$ 560,00
1 PEDIATRA	\$ 800,00	\$ 400,00

Elaborado por: La Autora.

Fuente: Investigación.

3.2.7. Asociación de Trabajadores

La empresa solo cuenta con 8 trabajadores por lo cual no aplica en este inciso debido que la norma indica que mínimo deben ser 30 colaboradores para la conformación de esta asociación. Según lo expuesto en título V de las asociaciones de trabajadores y de los conflictos colectivos capítulo I de las asociaciones de trabajadores en el artículo #443 del Código Laboral.

3.2.8. Inspección de Discapitados a Puestos de Trabajo

Este literal no aplica para la empresa debido a que la nómina de trabajadores es de 8 y el código de trabajo exige que por cada 25 empleados se debe de insertar a una persona con capacidades especial.

3.3. Contratación Civil

3.3.1. Principios Básicos de la Contratación

Para la compañía realizar un contrato es dejar estipulado todas las actividades que se van a realizar dentro de la organización, por lo cual se detallará las obligaciones que ambas partes tanto la que contrata como la contratada debe de cumplir.

Los contratos que la empresa va a realizar serán con trabajadores, proveedores y clientes los que se respetaran en su totalidad para que no exista ningún conflicto.

3.3.2. Contratos de Prestación de Servicios

Este tipo de contrato se celebrará cuando la empresa necesita realizar alguna actividad extra que no se logre culminar, por lo cual se requerirá de una persona externa de la empresa para que preste sus servicios profesionales y se le cancelara en dólares por sus funciones.

Este inciso se podrá llevar a cabo cuando se tenga que realizar el mantenimiento de las maquinarias, por lo cual se contratará a un técnico, esto se realizar cada dos meses, que es el tiempo que se necesita realizar los diferentes mantenimientos.

El contrato de servicios prestados se lo encontrara en el [Anexo 1](#).

3.3.3. Principales Clausulas de los Contratos de Prestación de Servicios

Cuando se requiera de prestación de servicios se realizará un contrato donde habrá clausulas primordiales en las que se enfocará como: precio, confidencialidad, plazo y responsabilidad.

El precio es importante porque se especifica la cantidad que se le va a remunerar por los servicios prestados. La confidencialidad de información de los profesionales que la empresa contrate será de alta reserva ya que las funciones internas deben ser cuidadas para que no se difunda. El plazo para realizar sus actividades deberá ser claro ya que lo estipulado se entregara en fechas indicadas sin cambio alguno. La responsabilidad de todo lo que la empresa entregue para que se logre cumplir el trabajo por parte de los profesionales.

3.3.4. Soluciones Alternativas para Solución de Conflictos: Arbitraje y Mediación

Dentro del contrato se encuentra la cláusula séptima donde se detallará las posibles soluciones de conflictos, de esta manera se contará con la ayuda de un mediador o arbitraje para resolver algún inconveniente de manera satisfactoria, profesional, ética y rápida para que ambas partes se beneficien con los estamentos de dicho contrato.

3.3.5. Generalidades y Contratación Pública

En caso de FitnessFunny no participará de Contratación Pública aunque si en un futuro el representante legal si requiera, deberá de presentar los documentos necesarios que el Instituto Nacional de Compras Públicas requiera. Y se registrará a lo estipulado en los artículos #73, 74 y 75 de la Ley Orgánica del Sistema Nacional de Contratación Pública para obtener las Garantías necesarios al momento de hacer una contratación Pública. (LEY ORGÁNICA DEL SISTEMA NACIONAL DE CONTRATACIÓN PÚBLICA, 2008)

Los documentos son los siguientes:

Registrarse como proveedor y llenar el formulario que se encuentre en la página de www.compraspublicas.gob.ec, presentarlos de forma impresa y firmada por el representante legal.

- Copia de cedula
- Copia de papeleta de votación
- Copia de Ruc actualizado
- Copia de la declaración Impuesto a la Renta del último ejercicio económico con su comprobante de pago.
- Certificados de los clientes principales durante los tres últimos años

3.3.6. Contrato de Confidencialidad

La empresa no incurrirá con un contrato de confidencialidad. Pero en la contratación de servicios prestados dentro de sus estatutos si se establecerá un inciso de confidencialidad.

3.4. Políticas de Buen Gobierno Corporativo

3.4.1. Código de Ética

La empresa FitnessFunny tendrá un código de ética interno en el cual se estipulará las normas y disciplinas para el mejor porvenir de la empresa. Todos los trabajadores de la empresa deberán acatar lo indicado y el código de ética lo realizarán los miembros activos de la compañía.

Ilustración 4 Valores Éticos de la empresa.



Elaborado por: La Autora.

Fuente: Investigación.

3.4.2. Indicadores de Gestión

La empresa para controlar las actividades internas tendrá un formato de vigilancia que le permitirá evaluar y manejar las actividades operacionales que la empresa debe cumplir; los indicadores de gestión serán los siguientes:

- Números de clientes al mes.
- Satisfacción de los padres.
- Cumplimiento de cronograma.
- Incremento de inscripciones.

De esta forma se podrán controlar y se calificará cada indicador donde los porcentajes serán de 70% - 100%. La compañía elaborará un informe mensual del rendimiento, para ver si las metas de la empresa se están cumpliendo en su totalidad

3.4.3. Programa de Compensaciones: Política Salarial, Beneficios Sociales, Otros Beneficios

Los trabajadores de FitnessFunny contarán con una política salarial con sus sueldos dependiendo del área donde realicen sus actividades y estarán sujetos a todos los beneficios

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UN GIMNASIO QUE PROMUEVA EL DESARROLLO DE HABILIDADES FÍSICAS PARA NIÑOS EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

de ley. La empresa trabajará con beneficios extras siempre y cuando sea de capacitarse para mejor el rendimiento.

Beneficios de la compañía hacia sus trabajadores:

Ilustración 5 Presentación de beneficios en la empresa.



Elaborado por: La Autora.

Fuente: Investigación.

3.4.4. Políticas de Comunicación: Canales y Frecuencia de Comunicación

Las políticas que FitnessFunny aplicará son de dos tipos: comunicación interna y externa; la primera se la realizará para reflejar las mejoras en la relaciones de la empresa hacía con los trabajadores, de esta forma la empresa podrán alcanzar un alto nivel en la imagen corporativo logrando causar un impacto positivo en la sociedad, destacando el buen vivir de FitnessFunny para con la sociedad.

La segunda es la parte externa, este punto es muy importante porque de acuerdo como se desenvuelvan internamente se verán los resultados al momento de manejar la comunicación para con los clientes, cuando se mantengan un ambiente confortable en el manejo de la compañía la comunicación interna y externa será efectiva para que la empresa tenga un excelente entorno de trabajo y esto permitirá el crecimiento de la empresa de forma económica y corporal.

Tabla 6 Comunicación interna y externa

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UN GIMNASIO QUE PROMUEVA EL DESARROLLO DE HABILIDADES FÍSICAS PARA NIÑOS EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

EXTERNAS			
Estrategia	Acciones	Medios de Comunicación	Tiempo de Ejecución
Difusión de la imagen corporativa.	Promover publicidad en escuelas y en redes sociales.	Afiches y Correo electrónico.	Diario - Semanal.
Realizar un plan para una buena alimentación.	Asesoramiento en charlas informativas, visitas personales.	Exposiciones y boletines informativos.	Semanal y mensual.
INTERNAS			
Estrategia	Acciones	Medios de Comunicación	Tiempo de Ejecución
Contacto personal.	Armonizar el ambiente de trabajo y premios por alcanzar metas.	Reuniones laborales y análisis de rendimientos.	Diario- Semanal y Mensual.
Charlas informativas para los trabajadores.	Capacitaciones constantes y enviar información actualizada cada semana.	Correos electrónicos y circulares.	Diario - Semanal.

Elaborado por: Autora.

Fuente: Investigación.

3.5. Propiedad Intelectual

3.5.1. Registro de Marca

Siguiendo con los estatutos del Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual la empresa registrará el logo y slogan en dicha institución para que de esta forma se proceda con la protección de la identidad, los derechos de la empresa y la identidad de sus socios, esto se estipula en el artículo #3 (Propiedad Intelectual, 1998)

3.5.2. Manual de Procesos Productivos

Este inciso será detallado más adelante en el punto 6.1.1. Del trabajo de titulación.

3.5.3. Derecho de Autor del Proyecto

La empresa ha realizado la propuesta de negocios para la “Creación de un gimnasio que promueva el desarrollo de habilidades físicas para niños en el norte de la ciudad de Guayaquil” está protegido bajo el derecho de autor solo con el fin de haber sido creado y publicada. Según lo expuesto en el artículo # 5 de la Ley (Ley de Propiedad Intelectual, 1998)

3.5.4. Patente y-o Modelo de Utilidad

La empresa no realizará ninguna creación de invento por lo cual no llevará a cabo patentes de ninguna índole. Porque la empresa no cumple con lo dispuesto en el artículo # 121 de la (Ley de Propiedad Intelectual, 1998)

3.6. Seguro

3.6.1. Incendio

Este seguro cubre todos los daños causados en un incendio y fenómenos naturales para bienes asegurados. Seguros unidos nos facilita este servicio y está valorado en \$ 134,50 incluida prima neta (Seguros Unidos, 2014) pero la empresa no incurrirá en el gastos hasta el año 6.

3.6.2. Robo

La póliza cubre daños de robo con fractura o tentativa de robo la aseguradora responde hasta el monto de la suma asegurada indicada y la empresa requerirá de los servicios de Seguros Interoceánica para mantener resguardado todo los bienes de la empresa a partir del 6 año. El valor es de \$275 (Poliza de Seguro contra robo y asalto, 2014)

3.6.3. Fidelidad

No aplicará para esta empresa por lo que se detalla en cada contrato de trabajo todo lo que se debe de respetar y si no fuera cumplido habrá sanciones por lo realizado. Pero si en el futuro la empresa requiera utilizaremos seguros La Unión (Central Trust, 2014)

3.6.4. Buen Uso de Anticipo y Cumplimiento de Contrato

No es aplicable debido a que la empresa no participará de contratos con el gobierno y/o empresas privadas que requieran este tipo de garantías.

3.6.5. Maquinarias y Equipos

La empresa contratará en un futuro el seguro para cubrir los daños físicos de pérdidas directas a consecuencias de eventos propios relacionados con el trabajo realizado en maquinarias y equipos. El valor de la prima de este seguro es de \$237. (Ecuaprimas, 2014)

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UN GIMNASIO QUE PROMUEVA EL DESARROLLO DE HABILIDADES FÍSICAS PARA NIÑOS EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

3.6.6. Materia Prima y Mercadería

La empresa no incurrirá en este inciso porque no trabajará con materia prima para fabricación, debido a esto el inventario no será de interés de la compañía

3.7. Presupuesto

El presupuesto de la empresa FitnessFunny se expondrá en este capítulo:

Tabla 7 Constitución de la empresa

Cantidad	Descripción	Costos Unitarios	Total
1	Depósito de Alquiler	\$ 800,00	\$ 800,00
1	Constitución de la Empresa	\$ 1.000,00	\$ 1.000,00
1	Permiso de Funcionamiento	\$ 340,00	\$ 340,00
1	Registro de Marca y símbolos Identitarios	\$ 116,00	\$ 116,00
1	Adecuación de Instalaciones	\$ 1.800,00	\$ 1.800,00
1	Seguro por Robo	\$ 275,00	\$ 275,00
Total			\$ 4.331,00

Elaborado por: La Autora.

Fuente: Investigación.

Tabla 8 Presupuesto de Sueldos y Salarios.

# CARGO	SUELDO	SUELDO ANUAL	APORTE IN	Aporte Patro	Aporte IEC	Aporte SEC	13º Sueldo	14º Sueldo	Vacaciones	1º AÑO
1 GERENTE GENERAL	\$ 1.000,00	\$ 12.000,00	\$ 1.134,00	\$ 1.338,00	\$ 60,00	\$ 60,00	\$ 1.000,00	\$ 340,00	\$ -	\$ 15.932,00
1 ASISTENTE FINANCIERO	\$ 800,00	\$ 9.600,00	\$ 907,20	\$ 1.070,40	\$ 48,00	\$ 48,00	\$ 800,00	\$ 340,00	\$ -	\$ 12.813,60
1 NUTRICIONISTA	\$ 750,00	\$ 9.000,00	\$ 850,50	\$ 1.003,50	\$ 45,00	\$ 45,00	\$ 750,00	\$ 340,00	\$ -	\$ 12.034,00
2 INSTRUCTORES	\$ 1.120,00	\$ 13.440,00	\$ 1.270,08	\$ 1.498,56	\$ 67,20	\$ 67,20	\$ 1.120,00	\$ 340,00	\$ -	\$ 17.803,04
1 PEDIATRA	\$ 800,00	\$ 9.600,00	\$ 907,20	\$ 1.070,40	\$ 48,00	\$ 48,00	\$ 800,00	\$ 340,00	\$ -	\$ 12.813,60
TOTAL										\$ 71.396,24

Elaborado por: La Autora.

Fuente: Investigación.

CAPÍTULO 4

AUDITORIA DE MERCADO

CAPÍTULO 4

4. AUDITORÍA DE MERCADO

4.1. PEST

Para investigar los cambios de un mercado se debe usar el método del análisis PEST ya que nos permitirá observar los cambios dentro del Ecuador en 4 aspectos importantes: Político, Económico, Social y Tecnológico.

El primer aspecto a evaluar es el entorno político, El Ecuador ha tenido varias transiciones en la última década pero en el 2007 nace un nuevo movimiento político con el nombre de ALIANZA PAIS dirigido por el Eco. Rafael Correa,

Dicha lista está representada con el número 35 y el actual presidente del Ecuador es el Eco. Rafael Correa que tiene liderando el país desde el 2007, su ciclo ejecutivo se termina el 2017. Esto ha permitido que el Ecuador mantenga su estabilidad política a nivel internacional ya que en años anteriores teníamos muchas transiciones de jefes políticos, Alianza País tiene dentro de la Asamblea Nacional más de 100 delegados de dicha agrupación, existen partidos de diferentes idiosincrasias pero esto no ha sido una barrera para gobernar por varios años.(Alianza Pais, 2014)

Organizaciones Política:

- Partidos Políticos:
- Partidos Movimientos Popular Democrático
- Partido Roldosista Ecuatoriano
- Sociedad Patriótica
- Avanza
- Partido Social Cristiano
- Partido Renovador Institucional Acción Nacional (PRIAN)
- Partido Socialista Frente Poder Ciudadano.

Movimientos Políticos

- Alianza País
- Creando Oportunidades (CREO)
- Movimiento de unidad Plurinacional Pachakutik
- Ruptura
- Sociedad Unida Más Acción (SUMA)

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UN GIMNASIO QUE PROMUEVA EL DESARROLLO DE HABILIDADES FÍSICAS PARA NIÑOS EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

Fuente: Consejo Nacional Electoral CNE.

Elaboración: Dirección de Inteligencia Comercial Inversiones. PRO ECUADOR

El Ecuador se caracteriza por el voto popular al momento de ejercer el derecho del sufragio. El populismo se enfoca a nivel de propuestas realizadas por los diferentes partidos políticos ya que el pueblo se dejan manipular por los echos del momento y no permiten focalizar su progreso, de esta forma convencen a sus seguidores para ganar el voto.

Dentro de las leyes que se reformaron en Ecuador entra la Ley reformatoria de Deporte donde se prohíbe ingresar bebidas alcohólicas, petardos y objetos corto punzantes a los encuentros deportivos, debido a que causaban un daño a la salud el cual conlleva a efectos secundarios en el aire y provocaban existencia del cáncer. Esto se expuso el 2 de julio del 2013(Asamblea Nacional de la Republica del Ecuador, 2013)

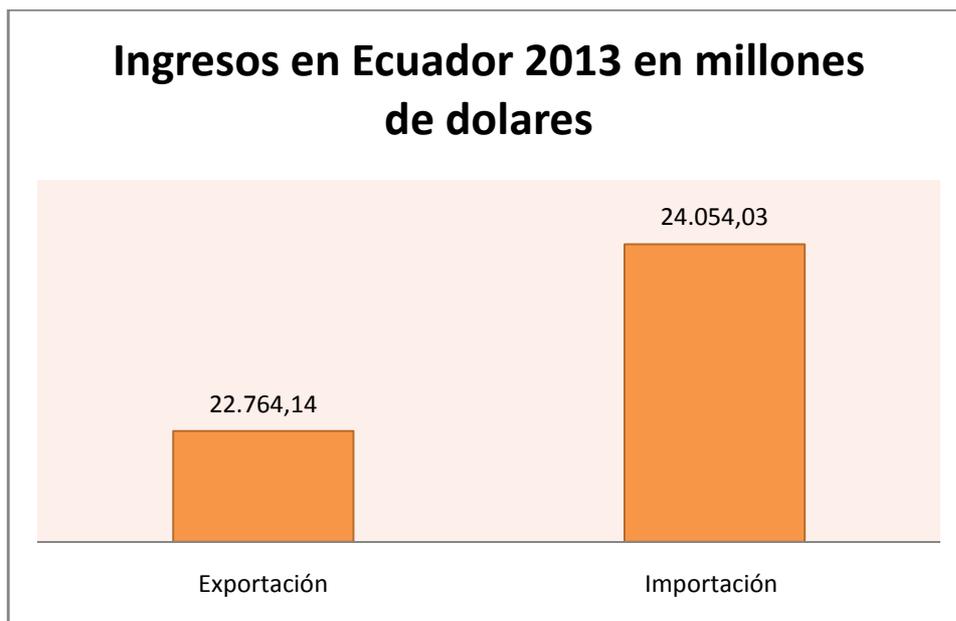
Otro cambio que se dio dentro de las reformas del Ecuador fue la Ley Orgánica del Derecho De Las Personas Usuarias o Consumidoras donde se especifica los derechos de acceder a un servicio público o privado de calidad, con eficiencia y buen trato, describiendo su contenido y características de forma exacta.(La Cámara, 2013)

Económico

El Ecuador presento los siguientes valores en el 2013 datos obtenidos del (Banco Nacional del Fomento, 2013) . Información de ingresos de comercio exterior con la exportaciones de Petróleo crudo, Banano y plátano, Chamaron, Flores naturales, Cacao entre otros. La importación de materias primas, bienes de consumo, bienes de capital, combustible lubricantes y bienes diversos.

Tabla 9 PIB 2013 en Exportación e Importación.

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UN GIMNASIO QUE PROMUEVA EL DESARROLLO DE HABILIDADES FÍSICAS PARA NIÑOS EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”



Elaborado por: La Autora.

Fuente: Banco Central de Ecuador.

Las importaciones reflejaron en el tercer trimestre del 2013 \$6.733,6 frente al segundo semestre que fue de \$6.689,9 y se contó con un crecimiento de 7,7% en las exportaciones del país. El ingreso neto de Inversión Extranjera Directa de 102,7 millones. (Banco Central, 2014)

El Ecuador presentó variaciones en sus principales índices económicos entre Enero y mayo del 2014:

Tabla 10 Indicadores del Ecuador

Indicadores Económicos 2014	
Productivo Empresarial	9.53%
Tasa Pasiva Referencial	4.53%
Tasa Activa Referencial	8.17%

Elaborado por: La Autora.

Fuente: Banco Central del Ecuador.

Los indicadores financieros en el año 2013 fueron los siguientes: El PIB tuvo un crecimiento de 4,9 % y El sector no petrolero fue de 4,2%. Las exportaciones incrementaron

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UN GIMNASIO QUE PROMUEVA EL DESARROLLO DE HABILIDADES FÍSICAS PARA NIÑOS EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

en un 6,6% correspondiente al año anterior. La inflación anual fue de 2.70%, la tasa de desempleo estuvo en 4,86%, el riesgo del país. En Enero de 2014 fue de 592 el valor de barril de petróleo en enero de 2014 96.68% estos son los datos más relevantes que se iniciaron en el año 2014.(Banco Central del Ecuador, 2014)

Tabla 11 Ingresos por commodities en el año 2013.

INGRESO PIB PRODUCTOS VALORES EN MILES DE DÓLARES	
Petróleo Crudo	\$ 12.227.866,02
Banano y Plátano	\$ 2.145.425,73
Café	\$ 26.089,34
Camarón	\$ 1.619.020,56
Cacao	\$ 373.398,24
Abacá	\$ 12.696,19
Madera	\$ 157.757,84
Atún	\$ 95.310,11
Pescado	\$ 145.751,15
Flores Naturales	\$ 762.347,50
Otros	\$ 723.654,31
TOTAL	\$ 18.289.316,99

Elaborado por: La Autora.

Fuente: Banco Central del Ecuador.

En Ecuador el salario básico unificado es 22 dólares a comparación del año 2013 que fue \$318, se establece el salario de los trabajadores en \$340 para el año 2014. Para considerar este incremento se tomó el dato del índice de la producción de 3.20% y el índice de la productividad de 3.63% Según lo indica el (Ministerio de Relaciones Laborales, 2014)

Lo que corresponde al entorno social el Ecuador en el sector demográfico cuenta con una población de 15, 926,508 de habitantes según (INEC, 2013)

La tasa de desempleo media del Ecuador en el 2013 fue de 4.86% siendo la ciudad con mayor porcentaje de desempleo Guayaquil con 5.72% mientras que Ambato con 3.36% es la ciudad con menor tasa de desempleo en el país.

El índice de pobreza bajó a 4,23% con respecto al año anterior que reflejaba 44,96%, la ciudad que más se ve afectada es Guayaquil ya que cuenta con un 13,75% y la extrema pobreza esta en 8,40%.(LOS ANDES, 2013)

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UN GIMNASIO QUE PROMUEVA EL DESARROLLO DE HABILIDADES FÍSICAS PARA NIÑOS EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

El país cuenta con 29546 escuelas, el 89% pertenecen a jurisdicción hispana y 11% jurisdicción Intercultural Bilingüe. No todas las escuelas cuentan con aval del gobierno, por lo cual han decidido emprender un restructuración en el sistema educativo según el (Education Developmente, 2013)

En el ámbito tecnológico Ecuador es un país que ha ido creciendo y tomando muy en cuenta la tecnológica, el índice de uso de internet en el país es de 35,1% según Banco mundial en el 2012. Según el último censo realizado en el país, se determina que el 24,7% de hogares tienen computadoras de escritorio y el 9.8% tiene laptop. El crecimiento de celulares también ha sido grande pero el uso de Smartphone es de 8,4% lo cual indica la necesidad de tener internet en celulares para utilizar correos electrónicos, redes sociales, juegos en líneas entre otros así lo indica el (INEC, 2010)

4.2. Macro, Meso y Micro

Macro: Esta propuesta se la realizará en el norte de la ciudad de Guayaquil.

Meso: La industria educativa debido a que los niños se encuentran en frecuentes instituciones por lo cual se tiene una relación.

Micro: Se mencionara a la competencia como son las a academias de futbol, básquet, tenis, entre otras, los centros artísticos de ballet, academias de diferentes actividades físicas.

4.3. Atractividad de la Industria

La industria de servicios de esparcimiento culturales y deportivos y otros servicios recreativos en ecuador ha incrementados su compromiso especifico a nivel sectorial ya que el porcentaje que refleja el 40% en diferentes actividades que se han mantenido según lo indica (Morales, 2010)

El beneficio de realizar ejercicio está directamente recomendado por los doctores ya que el sedentarismo es la cuarta causa de muerte en el mundo por lo cual se sugieren realizar ejercicios por lo menos 30 minutos diarios, 5 días a la semana, en Ecuador se encuentran parques donde hay máquinas para hacer ejercicio, debido a esto encontramos una oportunidad de satisfacer las necesidades existente para lograr llevar una vida saludable.(El Comercio, 2013)

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UN GIMNASIO QUE PROMUEVA EL DESARROLLO DE HABILIDADES FÍSICAS PARA NIÑOS EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

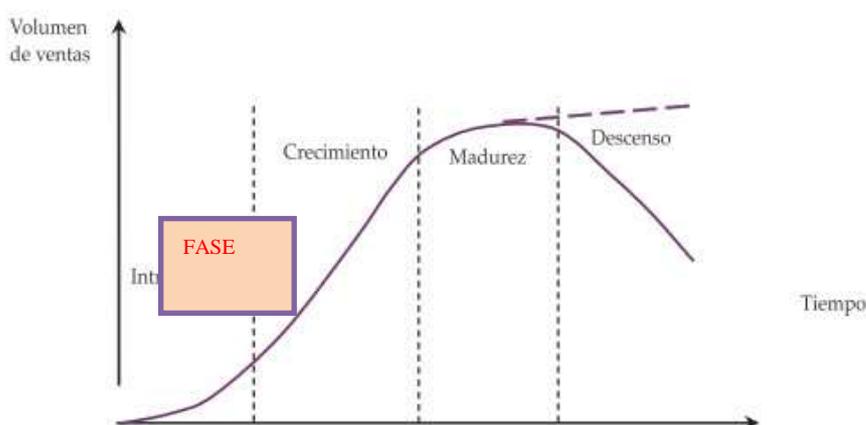
La actividad física para los niños significa diversión, realizar movimientos donde ponen a prueba todos sus sentidos lo cual permite mantener ocupada la mente de los niños y donde puedan invertir el tiempo en cosas que les ayude a crecer, entre los beneficios se encuentran que los músculos y huesos se fortalezcan, menos probabilidad de tener sobrepeso y una mejor actitud ante la vida.(kidshealth, 2012)

4.4. Análisis del Ciclo de Vida del Mercado

Los gimnasios están pasando por una etapa de crecimiento debido a que en Guayaquil existen varios centros que brindan el servicio por lo cual goza de gran afluencia de usuarios entre las distintas edades que empiezan desde los 15 años de edad hasta los 45. También realizar actividad física ayuda a mantener el organismo activo para tener una vida saludable.

Los gimnasios hoy en día brindan muchos beneficios no solo el de máquinas especializadas sino con un grupo de profesionales que se encuentran capacitados para realizar instrucciones, brindar indicaciones nutricionales y algunos con médicos con especialidades en dolores musculares, huesos, fracturas entre otras. Esto indica que los gimnasios son un punto atractivo para las personas no solo por estética si no por mantener su salud equilibrada. (El Comercio, 2013)

Ilustración 6Ciclo de Vida del Mercado



Elaborado por: La Autora.

Fuente: Banco Central del Ecuador.

4.5. Matriz BCG

Ilustración 7Matriz BCG

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UN GIMNASIO QUE PROMUEVA EL DESARROLLO DE HABILIDADES FÍSICAS PARA NIÑOS EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”



Elaborado por: La Autora.

Fuente: Investigación.

El proyecto actualmente se encuentra ubicado en el punto de la interrogante de la matriz BCG debido a que recién se va a lanzar en el mercado la idea y esta tendrá que ir creciendo para que se mueva al sector de la estrella cuando tenga más acogida por los usuarios y próximamente pase al cuadrante de la vaca para que de esta forma pueda tener ingresos para otras iniciativas y poder expandir el trabajo de titulación.(Prosustentable-Matriz BCG, 2013)

4.6. Análisis del Ciclo de Vida del Producto en el Mercado

La idea de negocio se encuentra en la etapa de introducción porque dentro del Ecuador no existen un gimnasio dirigido para niños, por lo cual existirá un grado de desconfianza en los padres pero también lo hará atractivo para captar la atención con un diseño exclusivo, con máquinas que estén acorde la edad de los niños que oscilaran entre 5 a 12 años, con instructores interactivos que tengan la capacidad de trabajar con infantes.

Ilustración 8 Ciclo de Vida de Producto en el Mercado.

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UN GIMNASIO QUE PROMUEVA EL DESARROLLO DE HABILIDADES FÍSICAS PARA NIÑOS EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”



Elaborado por: La Autora.

Fuente: Banco Central del Ecuador.

4.7. Análisis de las Cinco Fuerza Competitivas de Porter

Rivalidad entre competidores

En el mercado de Guayaquil no existe competencia de gimnasios dirigidos para niños, lo que existe son parque recreativos que poseen maquinas rusticas para diversión de los infantes de forma gratuita. Lo que existe la rivalidad es entre los gimnasios para personas jóvenes y adultas que a través del tiempo se han transformados en centros de distracción que posee alta demanda. Uno de los gimnasios más reconocidos en la ciudad es el GOLD´S GYM cuentan con los servicios personalizados, Pilates, spinning, aeróbicos, yoga, bailo terapia, tae bo y nutricionistas. Los competidores indirectos son las escuelas de los diferentes deportes y las academias de danzas. Entre las más destacadas son Escuela Alfaro Moreno, club RiverPlate, Ivan Hurtado, Federacion Ecuatoriana de futbol, Academia Yessenia Mendoza, Alenza, Clap Danza, Danza Jazz.

Amenazas de nuevos entrantes

Las posibles amenazas dentro del mercado de servicio de gimnasios son los productos sustitutos son las nuevas academias de las diferentes disciplinas que ayudan en el proceso de crecimiento pero no desarrollan todas las habilidades y restringen la posibilidad de algunas funciones de los niños.

Poder de negociación de los proveedores.

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UN GIMNASIO QUE PROMUEVA EL DESARROLLO DE HABILIDADES FÍSICAS PARA NIÑOS EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

Los proveedores de los equipos para el gimnasio de niños se encuentran fuera del Ecuador porque son máquinas especializadas para cada edad y el poder de negociación es directo ya que no poseen intermediarios, el contacto es personalizado y se adquirirán los equipos.

Poder de negociación de los consumidores

El nivel de negociación es bajo debido a que los precios de suscripción van acorde las actividades que se ponga en el paquete que cada niño vaya a practicar en cierto tiempo y estas decisiones son tomadas por el mercado de servicio de gimnasios.

4.8. Análisis de Oferta

La compañía establecerá los aspectos más importantes de sus competidores para poder analizar el mercado:

4.8.1. Tipo de Competencia

Directa: Son aquellas empresas que están dirigidas hacia el mismo mercado y ofrecen productos idénticos, la compañía no posee competidores directos ya que la idea de negocio es nueva en el mercado.

Indirecta: Son las empresas que brindan servicios con similares alternativas donde pueden desarrollar actividades físicas, como los son los mencionados en el inciso anterior.

4.8.2. Marketshare: Mercado Real y Mercado Potencial

Mercado Potencial

El mercado potencial de FitnessFunny son los niños de 5 -14 años que tengan la necesidad de realizar ejercicios en la ciudad de Guayaquil. En la parroquia Tarqui totalizan 441.736 niños.

El mercado meta serán todos los niños que se encuentren en etapa de crecimiento que requieran adherir a sus vidas un ritmo de ejercicio con instrucciones y guía. Es del 30% de lo presentado en el mercado potencial que refleja el 132521 en niños de 5 a 14 años.

Mercado Meta.

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UN GIMNASIO QUE PROMUEVA EL DESARROLLO DE HABILIDADES FÍSICAS PARA NIÑOS EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

El mercado meta serán todos los niños que se encuentre en 5 – 12 años de edad del norte de la ciudad de Guayaquil que tengan la necesidad de desarrollar actividad física. Nuestra población meta está cuantificada en el 3% del mercado real que es de 3976.

4.8.3. Características de los Competidores

Tabla 12 Características de competidores.

Competidores	Liderazgo	Años	Ubicación	Productos Principales	Línea de Precio	Calidad
Academia Alfaro Moreno	Alto	8	Sur	Academia de Futbol	Medio	Alta
Federación de Guayas	Medio	92	Centro	Enseñan Diferentes Disciplinas Deportivas	Medio	Media
Academia Yesenea Mendoza	Alto	18	Sur -Garzota-Samborondon	Academia de Baile Clasico	Medio Alto	Alta
Alenza	Medio	5	Sur	Academia de Baile Clasico, Actuación.	Medio	Media
Danza Jazz	Alto	20	Urdesa-Alborada - Sur	Academia de Baile Clasico, Actuación.	Medio Alto	Alta

Elaborado por: La Autora.

Fuente: Investigación.

4.8.4. Benchmarking: Estrategia de los Competidores y Contra estrategia de la Empresa

Los competidores indirectos de la empresa, entre los más renombrados son la Academia Alfaro Moreno y la academia de Danza clásica de Yesenea Mendoza, aplican para sus usuarios ofertas y promociones por meses festivos o temporadas vacacionales, la empresa ofrece un paquete de entrenamiento para que los niños fomenten en sus vida el mantener una estado físico saludable, de forma divertida acompañado de una alimentación balanceada con la especificación de profesionales dirigido a infantes, en el gimnasio para niños contaremos con descuentos por fidelidad y charlas instructivas hacia los padres para que introduzcan en su entorno familiar que mejore la calidad de vida.

4.9. Análisis de la Demanda

En este inciso analizaremos el análisis de la demanda de nuestra idea de negocio.

4.9.1. Segmentación de Mercado

La segmentación de mercado corresponde a los niños del norte de la ciudad de Guayaquil que comprende entre los 5 – 12 años que quieren desarrollar habilidades físicas y que deseen un cambio en su alimentación.

4.9.1.1. Criterio de Segmentación

Tabla 13 Criterio de Segmentación.

Variable	Criterio
Geografía:	Habitantes de Guayaquil
Demografía:	Niños entre 5 - 12 años que quieran desarrollar habilidades físicas de forma divertida.
Socio-económica:	Clase medio-típico y medio-alto
Psicografía:	Niños que se encuentren en pleno desarrollo y que deseen introducir un cambio en su crecimiento.

Elaborado por: La Autora.

Fuente: Investigación.

4.9.1.2. Selección de Segmentos

La propuesta de negocio descrita en el punto anterior nos muestra, el criterio de segmentación; niños entre 5 – 12 años de edad, interesados en realizar ejercicios de forma divertida en el cual desarrollaran habilidades físicas y deseen un cambio en su alimentación donde tendrán guía en todo momento de profesionales especializados, los usuarios tendrán un poder adquisitivo medio.

4.9.1.3. Perfiles de Segmento

Los consumidores son los niños pero los padres desean que a sus representados se les brinde un servicio de calidad, con profesionales capacitados, equipos de punta que estén aptos

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UN GIMNASIO QUE PROMUEVA EL DESARROLLO DE HABILIDADES FÍSICAS PARA NIÑOS EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

para la edad de cada niño, un esquema de nutrición e incrementar la información nutricional en su entorno, facilidades de pago, los usuarios que poseen las siguientes características:

- Niños entre 5 – 12 años de edad.
- Infantes que quieran desarrollar habilidades físicas.
- Padres que decidan inscribir a sus niños en un gimnasio para niños.

4.10. Matriz FODA

Tabla 14 Matriz FODA

Ámbito Interno / Ámbito Externo	Fortaleza <ul style="list-style-type: none"> • No hay competidores directos. • Facilidades de pago. • Poder de negociación directa con proveedores. • Idea atractiva en el mercado. 	Debilidades <ul style="list-style-type: none"> • Inseguridad de los padres. • Bajos recursos económicos. • Desconocimiento de la empresa. • Falta de compromiso por los usuarios.
Oportunidades <ul style="list-style-type: none"> • Necesidad de llevar una vida saludable. • Tener una vida activamente física. • Idea atractiva en el mercado. • Atención al cliente personalizada. 	O + F <ul style="list-style-type: none"> • Trabajar con personas especializadas y capacitadas en el desarrollo de infantes. • Desarrollar programas atractivos e interactivos para los niños. 	O + D <ul style="list-style-type: none"> • Alianza con Unidades Educativas cercanas al sector. • Realizar descuentos en los primeros meses de funcionamiento.
Amenazas <ul style="list-style-type: none"> • Poca demanda del servicio. • Incursión de competidores nuevos. • Alianza entre competidores indirectos. 	A + F <ul style="list-style-type: none"> • Creación de una página web para dar a conocer el gimnasio para niños. • Hacer uniones estratégicas con competidores para realzar el estado físico de los niños. 	A + D <ul style="list-style-type: none"> • Nuevos competidores con estrategias de competencias y efecto diferenciador. • Poca asistencia de niños, por falta de experiencia.

Elaborado por: La Autora.

Fuente: Investigación.

4.11. Investigación de Mercado

4.11.1. Método

Método cuantitativo: Es aquella que recogen y analizan datos cuantitativos sobre variables. Trata de investigar la fuerza de asociación o correlación entre variables.

Método cualitativo: Evitan la cuantificación, ya que se hace registros narrativos de los fenómenos que son estudiados mediante técnicas como la observación participante y las entrevistas no estructuradas.

La propuesta para la creación de un gimnasio para niños utilizará los métodos cualitativos y cuantitativos, y se lo hará por medio de método exploratoria donde se realizaran encuestas y entrevistas a profundidad, respectivamente. Este método se empleará para:

- Preocupación de los padres en la salud de sus hijos.
- Para conocer si existe una necesidad para crear el gimnasio.
- Analizar las respuestas de los padres para introducir gustos e ideas de los usuarios indirectos.

4.11.2. Diseño de Investigación

4.11.2.1. Objetivos de la Investigación

Objetivo General

Analizar el nivel de agrado de los padres a la creación de un gimnasio para niños.

Objetivos específicos

- Determinar el nivel de importancia que los padres le dan al estado físico de sus hijos.
- Determinar el nivel de conocimiento de gimnasio para niños en la ciudad de Guayaquil.
- Conocer el nivel de agrado de la creación de un gimnasio para niños en el norte de Guayaquil.

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UN GIMNASIO QUE PROMUEVA EL DESARROLLO DE HABILIDADES FÍSICAS PARA NIÑOS EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

- Conocer el nivel de disposición de inscribir a sus hijos en este nuevo gym en el norte de Guayaquil.
- Identificar los horarios en los que podrían asistir los niños.
- Determinar el precio que estarían dispuestos a pagar por la mensualidad del gimnasio.

4.11.2.2. Tamaño de la Muestra

El tamaño de la muestra se determinó por las cifras expuestas en la parroquia Tarqui en Guayas que se compone de 674985 habitantes según el boletín de censo. (Consejo Nacional Electoral, 2010)

Por medio de estas cifras vamos a sacar el cálculo de la muestra con población infinita a las que se superen los diez mil individuos.

A continuación se explicara el significado de cada variable que se va aplicar en este tamaño de muestra.

Tabla 15 Descripción de las variables.

Variable	Descripción
P	Probabilidad de éxito
E	% Error
N	Población en participación
Z	Nivel de confianza
N	Tamaño de Muestra

Elaborado por: La Autora.

Fuente: Investigación.

Reconociendo las variables que se van aplicar con la fórmula de tamaño de muestra procederemos a encontrar el tamaño de la población

Tabla 16 Cálculo de Muestra.

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UN GIMNASIO QUE PROMUEVA EL DESARROLLO DE HABILIDADES FÍSICAS PARA NIÑOS EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

P =	0,5
E =	0,057
N =	674985
Z =	1,96
n =	295

Elaborado por: La Autora.

Fuente: Villamar.

Los resultados obtenidos en el tamaño de muestra nos indican que debemos de realizar 295 encuestas a personas que vivan en ciudadela Kennedy que está ubicado al Norte de Guayaquil.

4.11.2.3. Técnica de recogida y análisis de datos

La técnica que se aplicaron en el análisis de información fueron encuestas cara a cara y entrevistas a profundidad y se trabajó con el programa SPSS estadísticas.

4.11.2.3.1. Exploratoria

La investigación exploratoria es la que se usa cuando se va a iniciar un proyecto ya que nos permite a analizar por medio de objetivos los procesos que debe de seguir para obtener la información necesaria para empezar. Vamos a realizar encuestas y grupos focales para dirigir el negocio con una guía a seguir.

4.11.2.3.2. Concluyente

Para la obtención de resultados cuantitativos dentro de la investigación de mercado se desarrolló una encuesta que se realizó a 301 personas por la técnica cara a cara con la herramienta de cuestionario desarrollado mediante los objetivos trazados para obtener información necesaria de los posibles clientes.

El cuestionario está ubicado en [Anexo 2](#).

4.11.2.4. Análisis de Datos

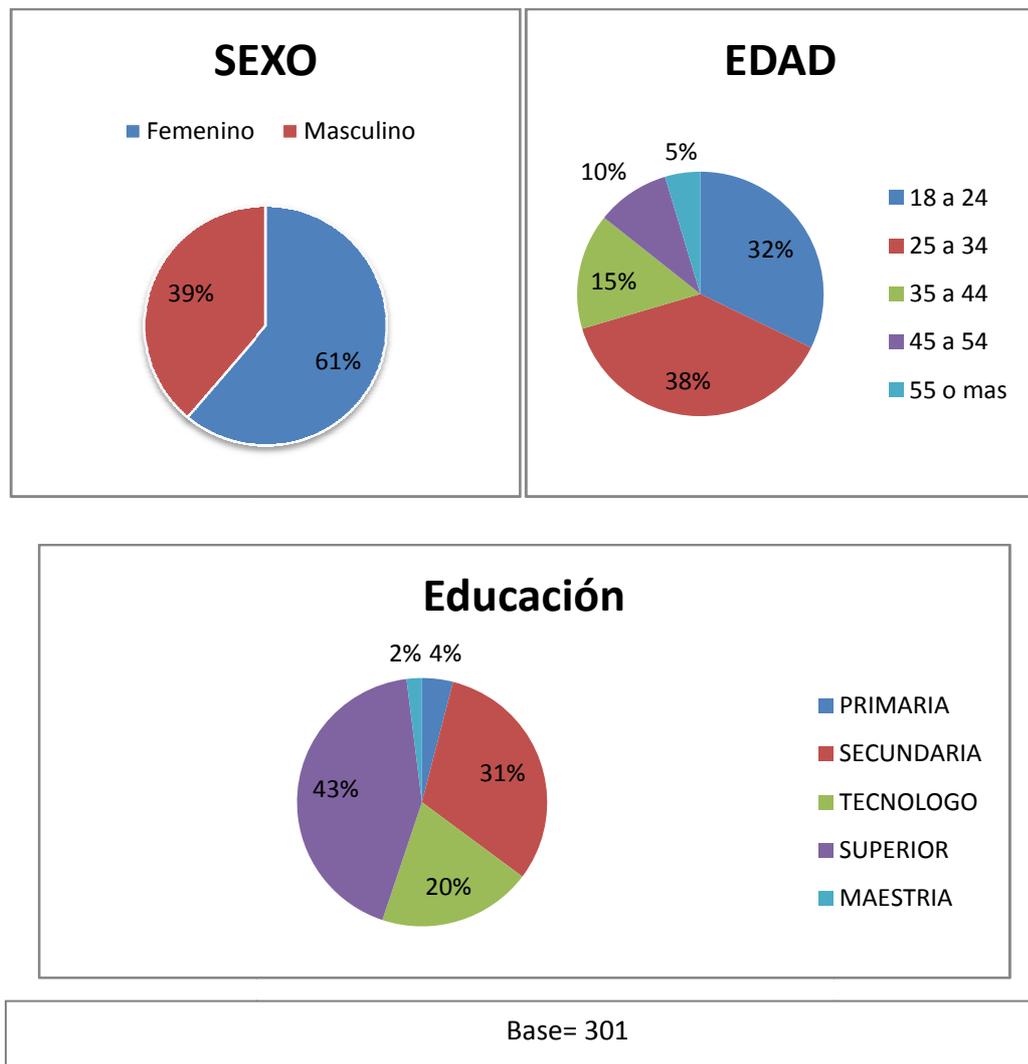
El negocio tomo dos métodos para evaluar los datos como son el cualitativo y cuantitativo, iniciamos con las encuestas y finalizamos con el grupo focal.

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UN GIMNASIO QUE PROMUEVA EL DESARROLLO DE HABILIDADES FÍSICAS PARA NIÑOS EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

Método cuantitativo

En esta etapa se encuestó a 301 personas del norte de la ciudad de Guayaquil en la zona de la Kennedy norte, de las cuales el

Ilustración 9 Datos de información del encuestado.

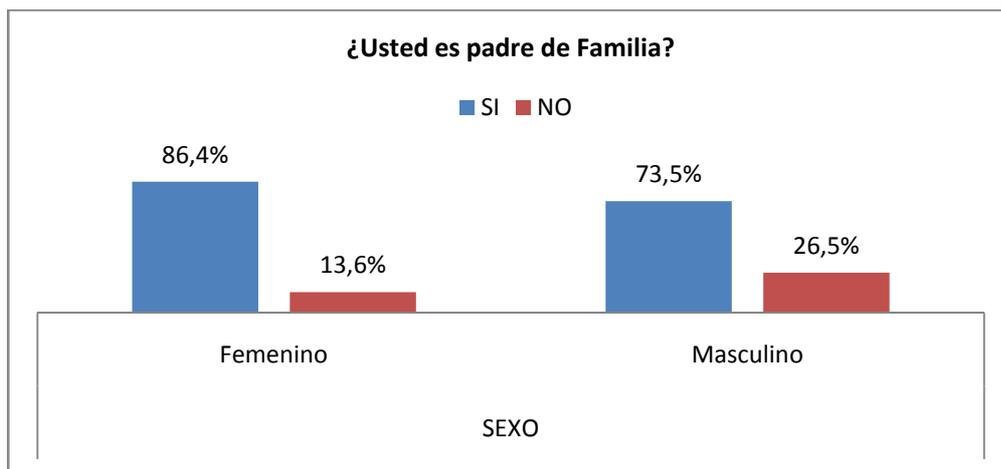


Elaborado por: La Autora.

Fuente: Investigación.

Ilustración 10 Pregunta 1 encuesta

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UN GIMNASIO QUE PROMUEVA EL DESARROLLO DE HABILIDADES FÍSICAS PARA NIÑOS EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”



Base= 301

Elaborado por: La Autora.

Fuente: Investigación.

De acuerdo a la información obtenida el 86, 4% son mujeres y el 73, 5 % son hombres que son padres de familia, mientras que un 13,6% mujeres y el 26,5% hombres no. Lo que indica que la mayoría de las personas son padres con un 12% de diferencia entre ambos sexos, y existe un mínimo porcentaje que no son padres.

Ilustración 11 Pregunta 2 encuesta.

Estadística Descriptiva	
2.- ¿Cuántos hijos tiene?	
Número validos	245
Media	1,70
Mediana	1,00
Moda	1
Desviación. típ.	,983
Valor Mínimo	1
Valor Máximo	9

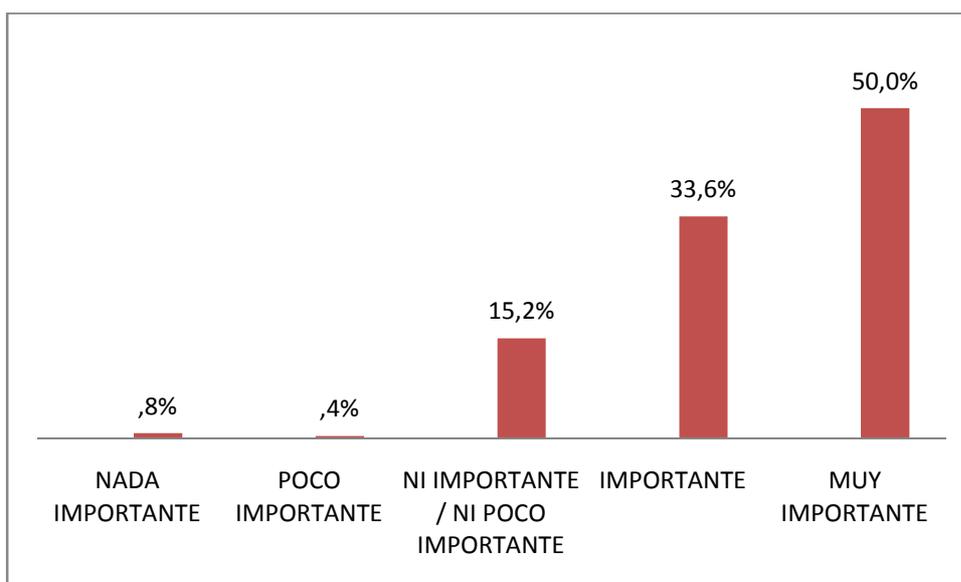
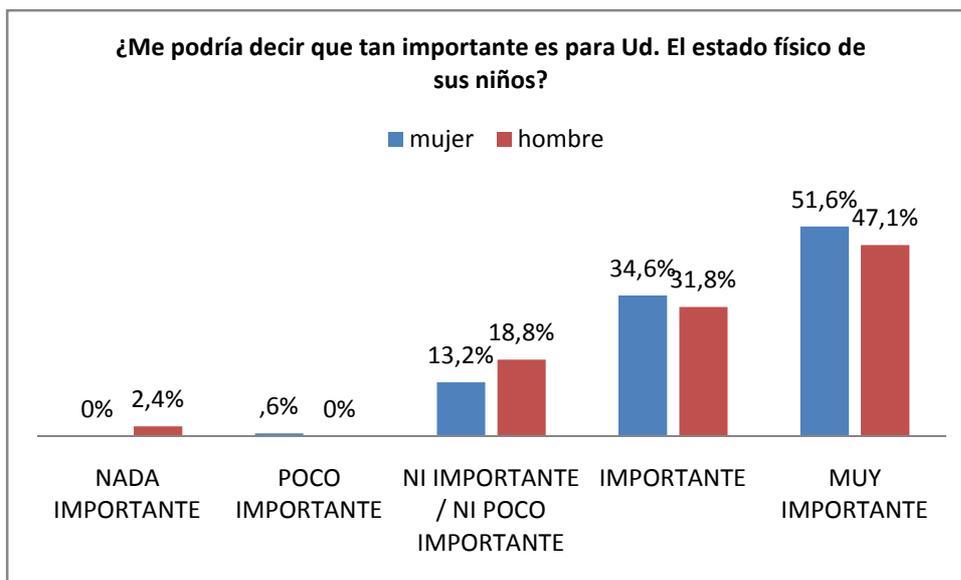
Elaborado por: La Autora.

Fuente: Investigación.

Dentro de la segunda pregunta cuántos hijos tiene, existió un máximo de 9 hijos y un mínimo de 1 por familia, teniendo un promedio de 1,7, siendo la cifra más repetitiva a la hora de indicar cuántos hijos tienen igual a 1.

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UN GIMNASIO QUE PROMUEVA EL DESARROLLO DE HABILIDADES FÍSICAS PARA NIÑOS EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

Ilustración 12 Pregunta 3 encuesta.



Base= 244

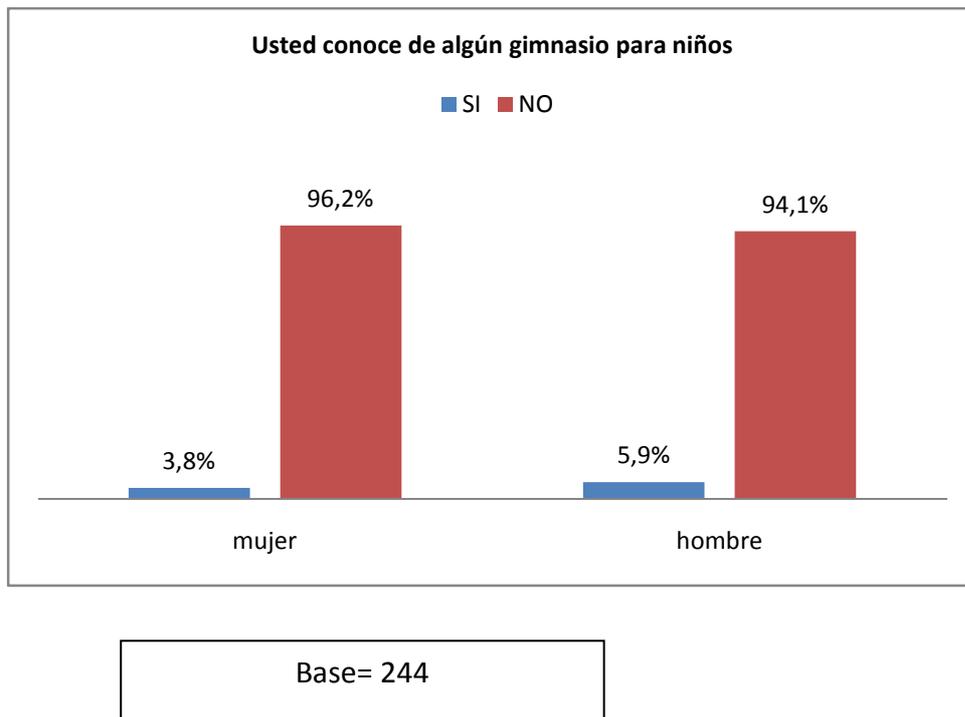
Elaborado por: La Autora.

Fuente: Investigación.

Según los datos recolectados se obtuvo que el 83,6% les parece importante la salud física de sus hijos, seguido por el 15,2% que les parece ni importante/ ni poco importante. Nos refleja un ,8% en el cual no es nada importante el estado físico. En su mayoría para los padres es muy importante el estado físico lo que refleja un alto índice de preocupación por crecer con una vida saludable

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UN GIMNASIO QUE PROMUEVA EL DESARROLLO DE HABILIDADES FÍSICAS PARA NIÑOS EN LA CUIDAD DE GUAYAQUIL”

Ilustración 13 Pregunta 4 encuesta.

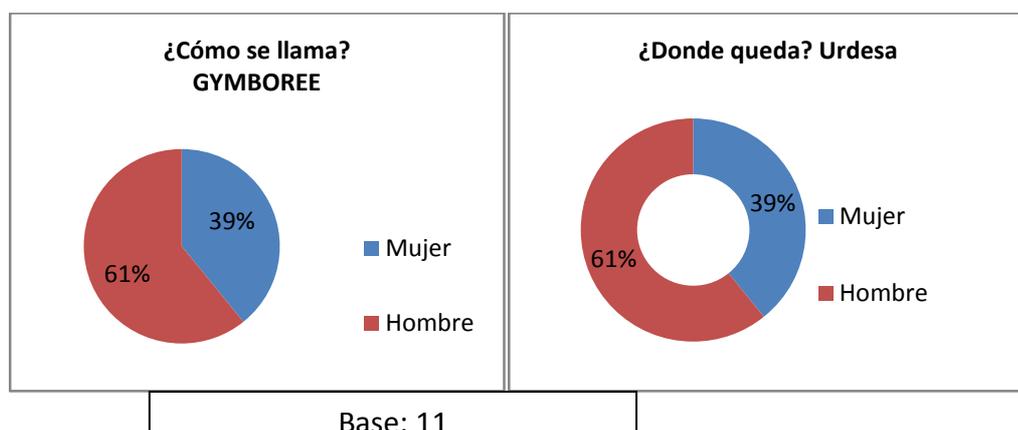


Elaborado por: La Autora.

Fuente: Investigación.

De acuerdo con la información obtenida el 96.2 % en mujeres y el 94.1% de los hombres no conocen de la existencia de un gimnasio para niños, mientras que el 3.8% en mujeres y el 5.9% en hombres saben que existe un gimnasio para niños en alguna parte de Guayaquil. Lo que significa que el mercado no posee competencia masiva y que se podría dar la posibilidad de crear un gym para niños.

Ilustración 14 Pregunta 4 encuesta.



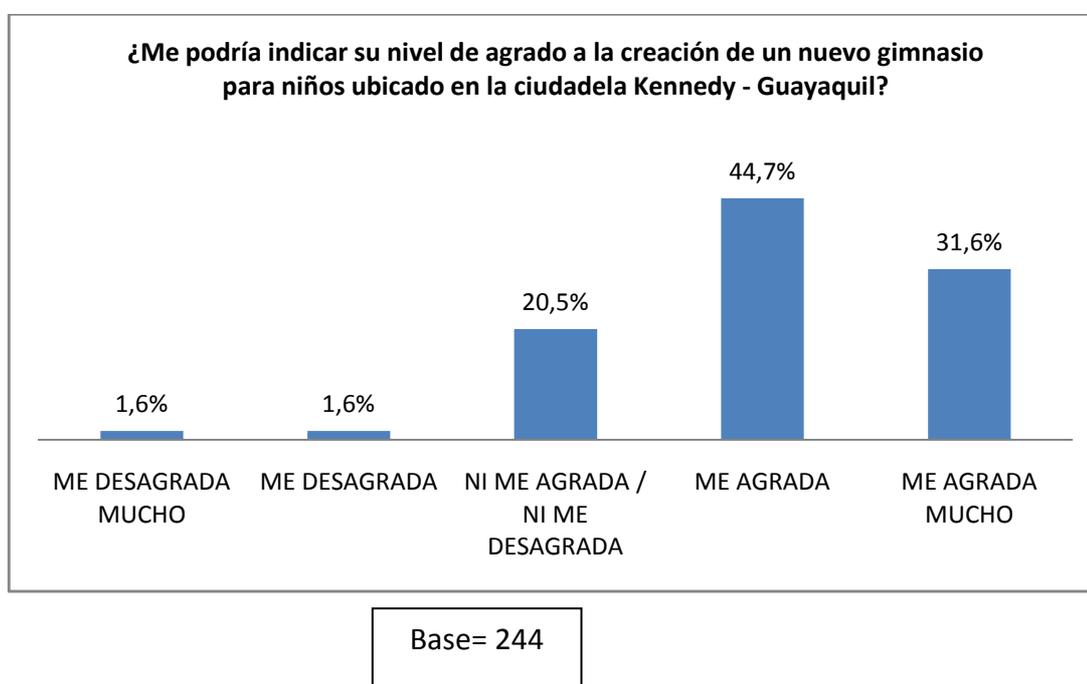
“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UN GIMNASIO QUE PROMUEVA EL DESARROLLO DE HABILIDADES FÍSICAS PARA NIÑOS EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

Elaborado por: La Autora.

Fuente: Investigación.

La información adquirida en esta pregunta reflejo 61% en hombres y el 39% que se llama gymboree con una base de 11 personas ya que las demás base de datos no conocían y lo mismo ocurrió con la dirección del gimnasio para niños ya que reflejo el 39% en mujeres y el 61% en hombre que es en Urdesa.

Ilustración 15 Pregunta 5 encuesta.



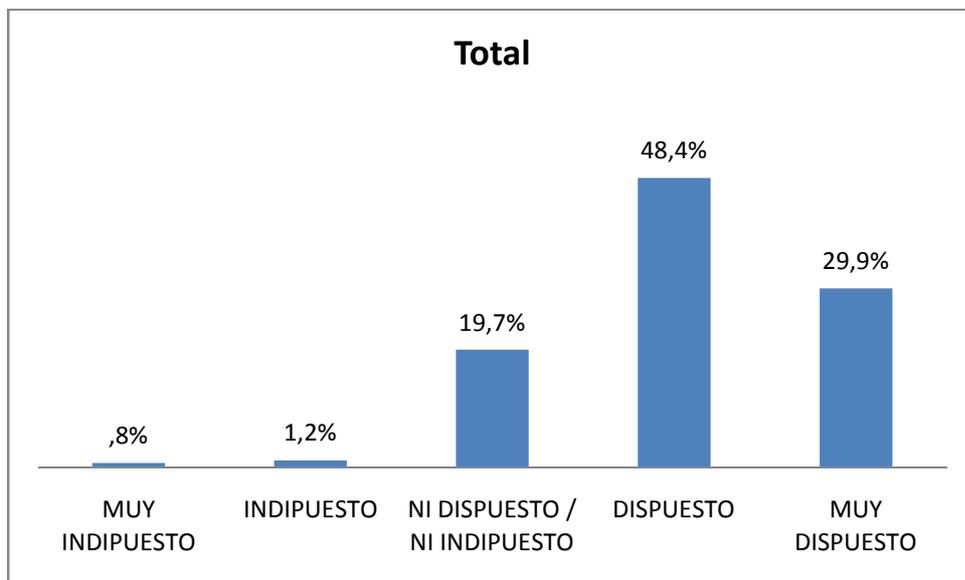
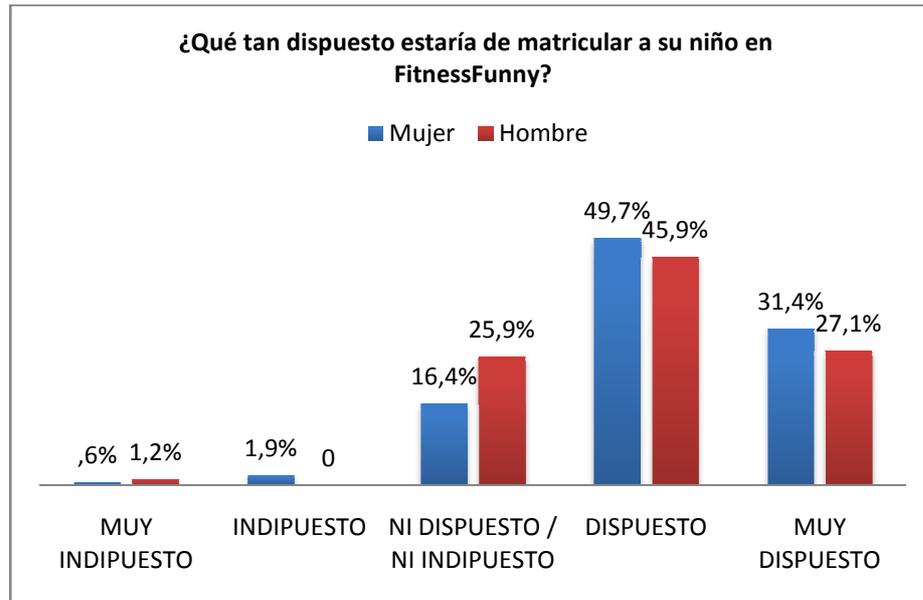
Elaborado por: La Autora.

Fuente: Investigación.

Los datos anteriores reflejan el nivel de agrado por la creación un gimnasio para niños es del 76,1%, seguidos el 20,5% con ni me agrada/ ni me desagrada y al final con un 3,2% me desagrada la creación del gym, teniendo más acogida entre las personas de 55 años en adelante.

Ilustración 16 Pregunta 6 encuesta.

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UN GIMNASIO QUE PROMUEVA EL DESARROLLO DE HABILIDADES FÍSICAS PARA NIÑOS EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”



Base=244

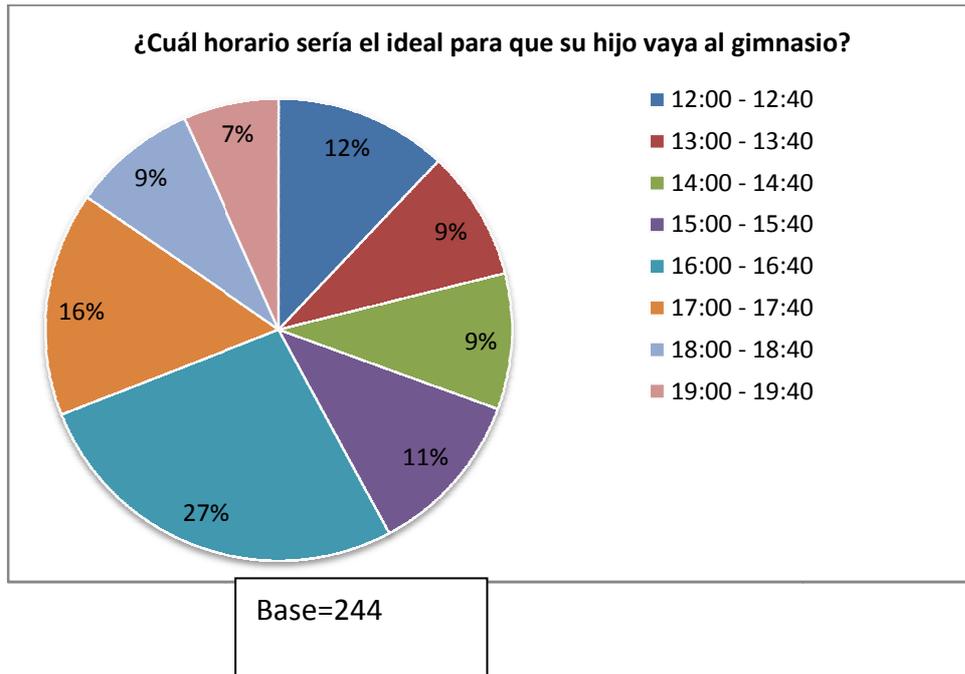
Elaborado por: La Autora.

Fuente: Investigación.

Según los resultados obtenidos por las encuestas el 78,3% están dispuestos a matricular a sus niños en FitnessFunny, el 19,7% ni dispuesto/ ni indispuestos a matricular a los niños, siendo el 2% de indispuesto. Estos datos nos muestran que si es viable la creación de FitnessFunny.

Ilustración 17 Pregunta 7 encuesta.

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UN GIMNASIO QUE PROMUEVA EL DESARROLLO DE HABILIDADES FÍSICAS PARA NIÑOS EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

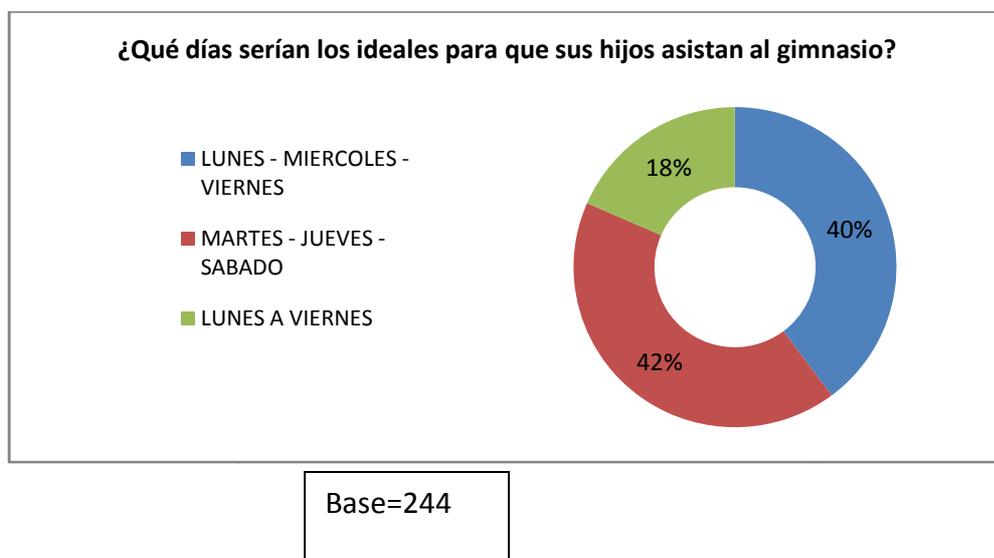


Elaborado por: La Autora.

Fuente: Investigación.

Al considerar los datos anteriores se observa el 43% entre los horarios de 16:00 – 16:40 con el 27% y al 17:00 – 17:40 con el 16%, seguido por el 11% en 15:00- 15:40, mientras que el porcentaje más bajo fue en 19:00 – 19:40 con el 7%, debido a que es el último horario del gimnasio para niños.

Ilustración 18 Pregunta 8 encuesta.



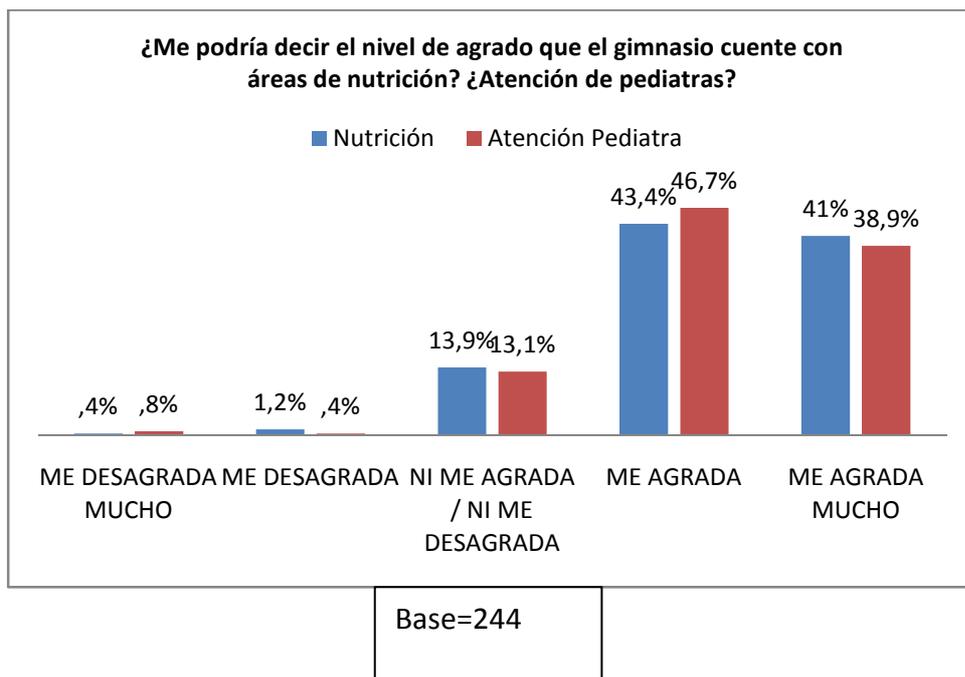
Elaborado por: La Autora.

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UN GIMNASIO QUE PROMUEVA EL DESARROLLO DE HABILIDADES FÍSICAS PARA NIÑOS EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

Fuente: Investigación.

De la totalidad de las personas que desean inscribir a sus hijos en el gimnasio con base de 244, un 42% considera que el horario más adecuado es el Lunes – Miércoles – Viernes, seguido con el 40% en el horario de Martes – Jueves – Sábado y por ultimo de Lunes a Viernes con el 18%.

Ilustración 19 Pregunta 9 encuesta.



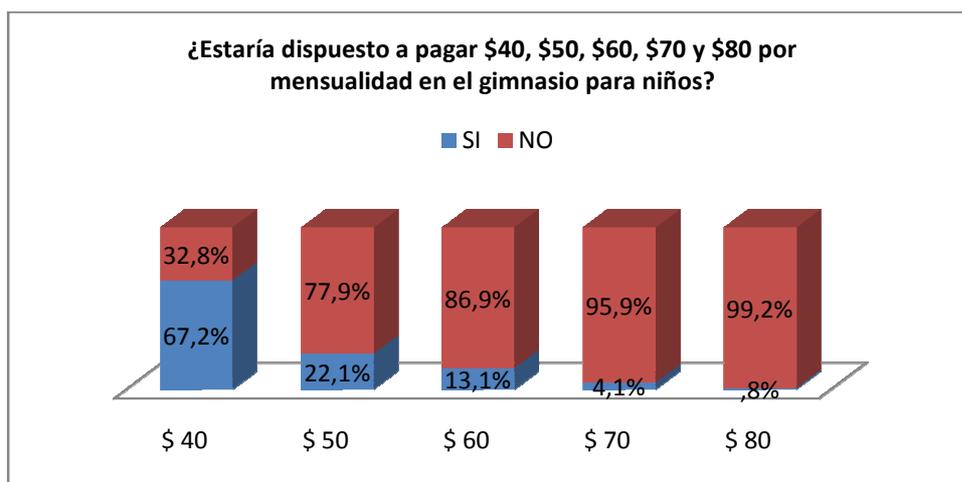
Elaborado por: La Autora.

Fuente: Investigación.

Entre los 244 encuestados el 85.6% les agradaría que el gimnasio cuente con atención peditra y el 84.4% desean que se incluya el área de nutrición, mientras el 1,6% en nutrición y el 1,2% en atención pediátrica les desagrada la idea de crear estas áreas en el gimnasio para niños.

Ilustración 20 Pregunta 10 encuesta.

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UN GIMNASIO QUE PROMUEVA EL DESARROLLO DE HABILIDADES FÍSICAS PARA NIÑOS EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”



Elaborado por: La Autora.

Fuente: Investigación Mercado.

En esta interrogante existe una mayor atracción por el precio de \$40 con un 67.1% por ambos sexo, seguido por el 22.1% del precio \$50, baja rotundamente a un 13.1% con el precio de \$60, mientras que para el valor de \$80 el porcentaje es mínimo del .8%. Los padres prefieren pagar la cantidad de \$40 para que sus hijos asistan al gimnasio debido a que tienen que incurrir en el mes con gastos escolares entre otros.

Método cualitativo.

El 22 de Agosto se realizó un grupo focal en el cantón Guayas en la ciudad de Guayaquil en el barrio La Kennedy norte, a 8 personas entre 20 a 45 años de edad, nivel socio – económico medio alto, medio típico, que tiene como característica en común que son madres de familia. La actividad se realizó a las 15:00 en un ambiente confortable para los participantes.

Se les indico a los integrantes, del tema central a tratar y que lo primordial es que mencionen lo que ellos opinan sobre lo expuesto en el grupo focal, dado a la importancia a cada respuesta obtenida por parte de los participantes en cada pregunta. En el [Anexo 3](#) se localiza la guía de temas que se expondrán para los integrantes.

Preguntas Relevantes

¿Me podrían decir la importancia que tiene para Uds. El estado físico de sus niños? ¿Por qué?

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UN GIMNASIO QUE PROMUEVA EL DESARROLLO DE HABILIDADES FÍSICAS PARA NIÑOS EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

La gran parte de las madres que participaron indicaron que es muy importante el estado físico de sus hijos, entre las razones de importancia expusieron que el crecimiento del niño necesita de actividad deportiva, ejercicios diarios, y de una buena alimentación. Ya que podrían invertir el tiempo en actividades que ayuden en su desarrollo y contribuir en el proceso de las diferentes etapas del hombre.

Testimonial 1 - mujer de 32 años: “El ejercicio se debe de convertir en diversión para los niños”.

También indicaron que hoy en día existen muchas enfermedades por el sedentarismo que los niños llevan, una madre indico que los niños dedican su tiempo libre en ver televisión, jugar en los diferentes aparatos tecnológicos y eso los mantiene estáticos, estos hábitos conllevan a que el cuerpo se mantenga estático y lo que provoca las diferentes enfermedades entre las más destacadas es la obesidad infantil y enfermedades cardíacas.

¿Han escuchado en alguna ocasión de gimnasio para niños? ¿Qué han escuchado?

Las participantes indicaron, que no sabe de la existencia de un gimnasio para niños pero que la influencia a que los niños asistan a un centro de esta índole tiene que ser con mucha precaución y tener especialistas que sepan tratar con infantes, y que le parece muy interesante que se lo cree ya que la actividad física es muy necesaria en la vida de los pequeños.

Testimonial 2 - madre de familia de 40 años:” El gimnasio no está condicionado para niños”.

Luego mencionaron que si conoce la existencia de gimnasio pero no dentro del Ecuador sino en otros países, y que son programas muy productivos en el desarrollo de los niños, que sería bueno que alguien decida brindar este tipo de servicio pero con todo lo correspondiente.

¿Qué les parece que exista el gimnasio para niños?

Las integrantes que si le parecía que en el mercado hubiera un gimnasio para niños, porque indica que en su caso tiene un niño de 6 años que está en toda la edad donde el niño

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UN GIMNASIO QUE PROMUEVA EL DESARROLLO
DE HABILIDADES FÍSICAS PARA NIÑOS EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

pasa corriendo y no tiene un control y disciplina en sus movimientos, por ende le gustaría que exista este centro que le permita un orden y que desarrolle movimientos físicos.

Testimonial 3 - mujer de 25 años:” Sería muy interesante pero debe ser atractivo para los chicos”.

Otra respuesta fue que sería buena idea que se establezca el gimnasio con todo las normas que la ley demande, y que la creación de este gym para niños dará pauta a los padres de manera general a que motiven a sus niños tanto al ejercitarse como a llevar una vida nutricional, donde se le enseñe al niño todos los nutrientes que deben de ingerir para su correcto crecimiento.

Continuando con el grupo focal hicimos una pequeña pausa en la que se mostró un video en el que su contenido era el esquema del gimnasio, indicando las áreas que tendría en sus instalaciones, también hicimos una reseña de como en otros países el gimnasio es de ayuda para la etapa de cambios para un niño por lo cual es necesario e indispensable inculcar el ejercicio físico como un hábito de vida.

**¿Me podrían indicar si les agrado o desagrado lo que les acabo de presentar?
¿Por qué?**

El video despejo algunas interrogantes que las madres tenían de cómo iba a estar adecuado el lugar para que se realicen las diferentes actividades, les parecieron muy atractivo que el gimnasio tenga su control médico por medio del historial clínico que cada infante llevará, también que el instructor tenga experiencia en los diferentes ejercicios que un niño puede realizar.

Testimonial 4 - señora de 28 años: “Me agradaría pero que exista personal capacitado en el cuidado de los niños”.

Los integrantes estuvieron de acuerdo, en que el gym para niños es necesario ya que existe una demanda de cliente a la cual se la podrá satisfacer, y que las madres presenten estarían satisfechas con todo el programa ya que se establecen puntos claros, y que se les motivara a los niños a llevar una vida saludable y a realizar ejercicios en su diario vivir.

**¿Les agradaría que el gimnasio haya área de nutrición? ¿Atención pediatra?
¿Por qué?**

Los participantes dijeron que les parecía bien que existan estas dos áreas, y que el gimnasio les provea a los niños alimentos naturales y los beneficios que las verduras, hortalizas entre otros alimentos le son de mucho beneficio al organismo de cada ser humano, pero de una forma interactiva y no que lo vean como obligación ingerirlos. La atención pediátrica dentro del gimnasio no les pareció relevante pero que por estar dirigidos a niños es necesario que un médico especialista este dentro del centro.

Como preguntan extra se les pregunto cuanto estarían a pagar por el programa mensual, las madres en su mayoría dijeron que entre \$40 y \$50 estarían en las posibilidades económicas y que si podrían facilitar un expreso sería mucho mejor, pero con un costo adicional obviamente.

4.Resumen e Interpretación de resultados

Método cuantitativo:

- Los padres de familia están dispuestos a inscribir a sus hijos en el gimnasio para niños.
- El precio que estarían dispuestos a cancelar en su mayoría reflejo que será de \$40 mensuales.
- Todos los resultados de la encuesta se los puede observar en el punto anterior.

Método cualitativo:

- Los padres de familia indican que es importante el estado físico de los niños.
- Las personas están de acuerdo con la creación de FitnessFunny en Guayaquil.
- La propuesta es aceptada con la inclusión de áreas de nutrición y atención pediátrica.

4.11.3. Conclusiones de la Investigación de Mercado

La técnica usada arroja los siguientes datos:

Método cuantitativo

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UN GIMNASIO QUE PROMUEVA EL DESARROLLO DE HABILIDADES FÍSICAS PARA NIÑOS EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

Los padres tanto el hombre como la mujer se interesan en el estado físico de los niños.

Las personas no conocen de la existencia de un gimnasio para niños, pero si les gustaría que se diera la creación de este centro.

El nivel de agrado hacia el nuevo gym para niños es de 76%.

El 49% de padres estarían dispuestos a inscribir a los niños en el gym. Las personas de 55 años en adelante son las más interesadas a inscribir a los infantes.

Los padres decidieron con un 27% de llevar a sus hijos en el horario de 16:00 – 16:40.

Los días idóneos que los padres escogieron fueron 2 con más porcentaje Lunes – Miércoles – Viernes con un 42%, y Martes – Jueves – Sábados con un 40%.

El precio por la mensualidad para los padres es de \$40.

Método cualitativo

Los beneficios que los padres deseen percibir para que les den a sus hijos un servicio de calidad donde les enseñen ejercicios físicos con máquinas especializadas para infantes, que les motiven a ingerir alimentos nutritivos y que lleven un control en su salud.

El tiempo disponible para que realicen ejercicio es de 40 minutos.

El servicio adicional que les gustaría es de transporte, y que haya áreas de nutrición y atención pediátrica.

Las expectativas del nuevo servicio son la ubicación, el precio, la calidad del servicio, las instalaciones y las maquinas adecuadas que el gimnasio para niños va a tener.

La experiencia aspirada con el nuevo gimnasio para niños es el bienestar del crecimiento de los niños que lleven una vida saludable y que se motiven a ejercitarse diariamente.

4.11.4. Recomendaciones de la Investigación de Mercado

El proyecto debe tomar en cuenta las recomendaciones que fueron deducidas en la investigación de mercado:

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UN GIMNASIO QUE PROMUEVA EL DESARROLLO DE HABILIDADES FÍSICAS PARA NIÑOS EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

- Enfocarse en las personas de 55 años que están dispuestas a inscribir a los niños en el gimnasio para niños.
- El precio de \$40 es el más destacado y sería idóneo para atraer a los clientes.
- Considerar el servicio de calidad dentro del gimnasio ya que los clientes, necesitan las áreas adecuadas para que sus hijos se sientan cómodos para realizar las diferentes actividades.

4.12. Cuantificación de la Demanda

4.12.1. Identificación del Mercado Potencial y la Demanda Potencial Insatisfecha

El mercado potencial de FitnessFunny es de aproximadamente 674985 personas, que surgieron de la segmentación de mercado del boletín del censo. **Fuente especificada no válida.**, luego de haber realizado la investigación de mercado se dedujo el porcentaje de disposición de matricular al niño en el gimnasio para niños, el cual es el 78,3%, teniendo como mercado potencial a 528514 personas. La demanda potencial insatisfecha sería 146471 personas.

4.12.2. Proyección de Ventas a Cinco Años o Tiempo que Establezca el Payback

Las proyecciones de ventas de la empresa se las realiza de acuerdo a la capacidad máxima del Gimnasio en su primer año, con un incremento en las ventas del 10% ya que dicho porcentaje pertenece al incremento del sector de servicios en Ecuador. La capacidad máxima de la empresa es de 3842 niños. Pero se empezará utilizando el 80 % de su capacidad para el primer año.

Tabla 17 Proyecciones de Ventas.

Periodos	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ingresos					
Ventas Netas	\$ 147.456,00	\$ 172.339,20	\$ 200.724,48	\$ 233.063,42	\$ 264.465,65

Elaborado por: La Autora.

Fuente: Investigación.

CAPÍTULO 5

PLAN DE MARKETING

CAPÍTULO 5

5. PLAN DE MARKETING

5.1. Objetivos: General y Específicos

Objetivo General:

Establecer una estrategia sostenible para que FitnessFunny sea considerado el mejor gimnasio que exista en Guayaquil exclusivamente para niños.

Objetivos Específicos:

- Conseguir una satisfacción de los padres igual o mayor al 70%.
- Lograr un crecimiento anual del 25%.
- Alcanzar el reconocimiento de la empresa en 20% del mercado.

5.1.1. Mercado Meta: Ventas y Utilidad Esperada

El mercado meta serán los niños de 5 – 12 años de edad del sector Ciudadela Kennedy de la ciudad de Guayaquil el que fue dirigido para la clase media alto y medio típico.

5.1.1.1. Tipo y Estrategias de Penetración

La estrategia que FitnessFunny utilizará es enfocada al grupo de niños que realizan actividad física y se va a ofrecer desarrollar las distintas habilidades físicas como mentales para que su estilo de vida mejore, de tal manera que se les ofrecerá un servicio personal y de calidad.

5.1.1.2. Cobertura

La cobertura de la propuesta será exclusivamente en el norte de la ciudad de Guayaquil en la ciudadela Kennedy norte, donde los clientes tendrá una paquete completo en el cual sus hijos disfrutaran y aprenderán con una atención de calidad y precios asequibles.

5.2. Posicionamiento

5.2.1. Estrategia de Posicionamiento: Posición, Objetivo, Segmento, Atributos, Calidad Percibida, Ventaja Competitiva, Símbolos Identitarios.

Posición:

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UN GIMNASIO QUE PROMUEVA EL DESARROLLO DE HABILIDADES FÍSICAS PARA NIÑOS EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

FitnessFunny implementará estrategias que se enfocarán en los beneficios que el gimnasio de niños tendrá para su crecimiento como son tener áreas de nutrición, pediatría e instrucción de profesionales en el área de cultura física enfocados en niños e indicar los aspectos de llevar un estilo de vida físico activo para el buen vivir de los infantes.

Objetivo:

Ser reconocido como el único gimnasio de niños que brindan un servicio exclusivo ya que no existe un gym dirigido para infantes donde se brindará atención personalizada, servicio de calidad y realizar campañas de una buena alimentación.

Segmento:

Niños de 5 – 12 años de edad de clase medio – típico y media – alta que habiten en el norte de Guayaquil en la ciudadela Kennedy.

Atributos:

Gimnasio para niños que ofrece:

Excelente calidad en servicio.

Atención personalizada.

Guía de nutrición.

Seguimiento de training.

Precios asequibles.

Calidad Percibida:

FitnessFunny espera que sus clientes acojan los atributos en su totalidad ya que el resultado es alcanzar un nivel de satisfacción alto para ganar cada año cierto porcentaje del mercado.

Ventaja Competitiva:

La empresa tendrá como ventaja el enfoque a niños para que mejoren el estilo de vida incrementando el ejercicio físico en su diario vivir y de esta manera ayudar en la salud física y en la alimentación de los infantes para lograr resultados positivos en su crecimiento.

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UN GIMNASIO QUE PROMUEVA EL DESARROLLO DE HABILIDADES FÍSICAS PARA NIÑOS EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

Símbolos Identitarios:

La empresa se podrá identificar con un logotipo y un slogan con los colores representativos de la compañía para así ser diferenciados de nuestra competencia indirecta.

Ilustración 21 Logo Publicitario



Elaborado por: La Autora.

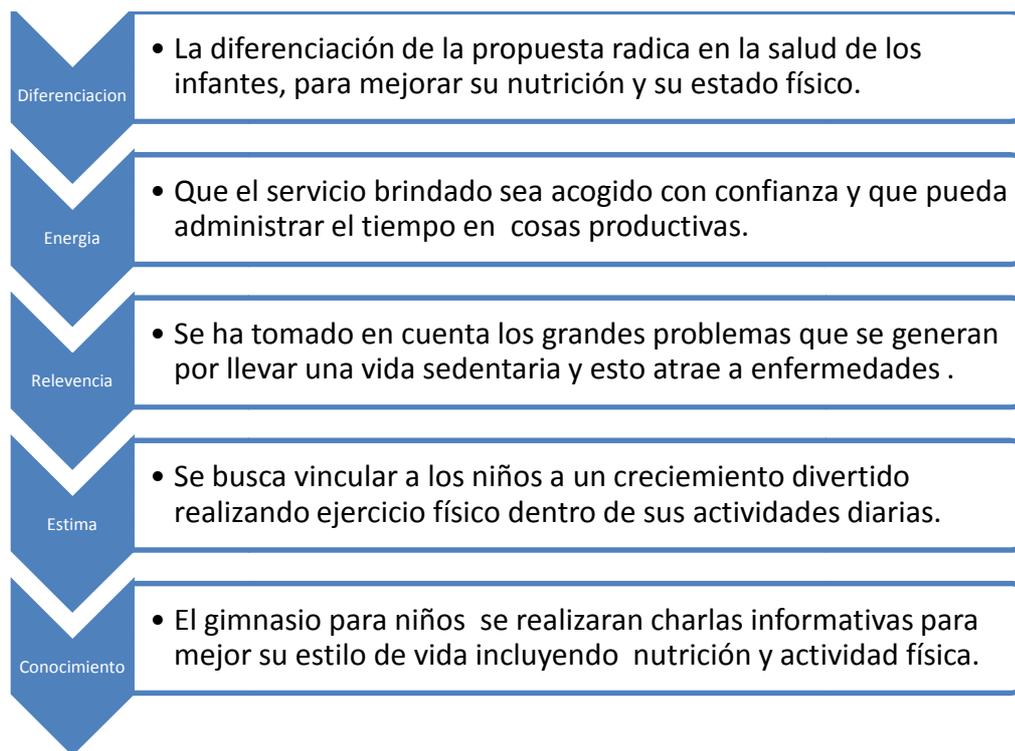
Fuente: Investigación.

5.2.2. Valoracion del Activo de la Marca (BAV)

El valor de activo de la marca se la utiliza para medir 5 aspectos clave del valor capital de la marca y un amplio rango de dimensiones de percepción, donde se podrá mediante análisis financieros el valor de la marca. Los aspectos que se analizaran en FitnessFunny serán los siguientes:

Ilustración 22 De aspectos de valoración del activo de la marca.

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UN GIMNASIO QUE PROMUEVA EL DESARROLLO DE HABILIDADES FÍSICAS PARA NIÑOS EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”



Elaborado por: La Autora.

Fuente: Investigación.

5.3. Marketing Mix

En este inciso vamos a referirnos a los 4 puntos como son producto, plaza, precio y promoción relacionados a la creación del gimnasio para niños en la ciudad de Guayaquil.

5.3.1. Estrategia de Producto o Servicios

FitnessFunny S.A. usará dentro del mercado la estrategia de diferenciación, por lo que se enfocará en un nicho de mercado específico brindado un servicio de calidad.

5.3.1.1. Descripción del Producto: Definición, Composición, Color, Tamaño, Imagen, Slogan, Producto Esencial, Producto Real, Producto Aumentado.

El servicio de FitnessFunny se caracteriza en brindar atención personalizada a niños, y de esta forma poder contribuir con un crecimiento sano donde se aplicará ejercicio físico, nutrición balanceada e interacción con los infantes, porque es muy importante que los niños vivan saludablemente y lo hagan divirtiéndose y no que lo vean como una obligación.

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UN GIMNASIO QUE PROMUEVA EL DESARROLLO DE HABILIDADES FÍSICAS PARA NIÑOS EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

El servicio esencial será motivar a realizar actividades físicas acorde la edad de cada niño.

El servicio real estará basado a una rutina de actividades con maquinas especializadas que solo se encontraran en este gimnasio para niños.

Servicio aumentado que se utilizara es ejercicio especifico para cada infante de acorde a su estado fisico y un cuidado en su alimentación, dando charlas necesarias para dar a conocer los beneficios de los diferentes nutrientes que tiene cada alimento.

Slogan es “Ejercítate Jugando”.

Imagen: La imagen de FitnessFunny será un logotipo que identifique a la empresa, el cual está especificado en el punto 5.2.1.

5.3.1.2. Adaptación o Modificación del Producto: definición, composición, color, tamaño, imagen, slogan, producto esencial, producto real, producto aumentado.

Este inciso no se aplicará en la propuesta de la creación de un gimnasio para niños ya que no es una compañía de fabricación.

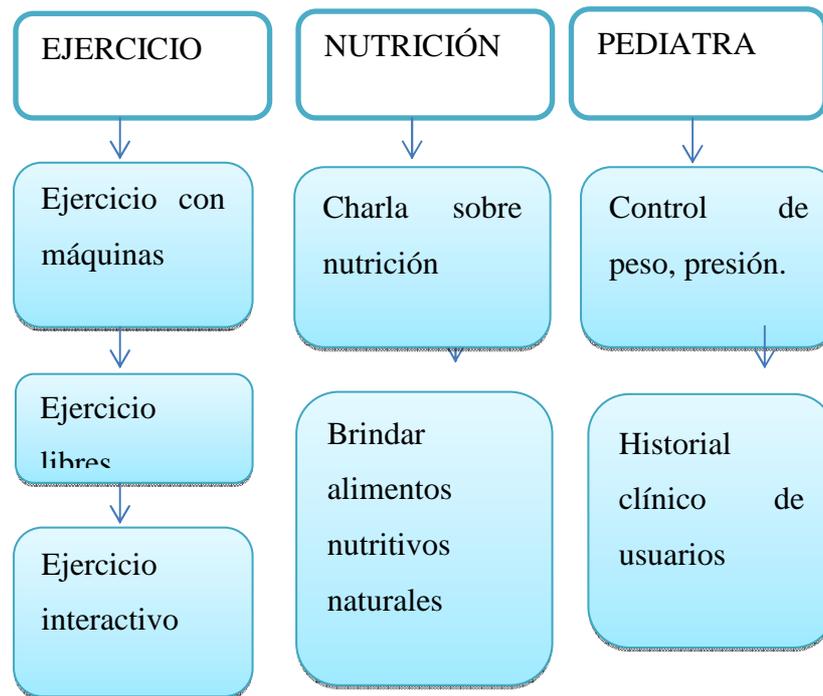
5.3.1.3. Empaque: Reglamento del Mercado y Etiquetado

El negocio brindará servicio por lo cual no se incurrirá en este inciso ya que no vamos a distribuir productos.

5.3.1.4. Amplitud y Profundidad de Línea

La amplitud y profundidad de línea de FitnessFunny S.A. es:

Ilustración 23 Amplitud y profundidad de línea.



Elaborado por: La Autora.

Fuente: Investigación.

5.3.1.5. Marcas y Submarcas

La marca del modelo de negocio será FitnessFunny, dentro de la búsqueda fonética no se encontró registrado en el IEPI, por lo que no existe problema en registrar la marca en Ecuador.

5.3.2. Estrategia de Precios

La estrategia de precios se detallará en los siguientes incisos.

5.3.2.1. Precios de la Competencia

Los precios irán de 40 a 50 dólares depende de la edad de los niños y el gimnasio contará con descuentos o promociones por integrante ya que podrían asistir hasta 3 o 4 miembros de la familia.

La estrategia de precio que se aplicará para este negocio es analizando los precios de la competencia pero como no establecemos el mismo servicio, analizaremos todos los

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UN GIMNASIO QUE PROMUEVA EL DESARROLLO DE HABILIDADES FÍSICAS PARA NIÑOS EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

beneficios para que el gimnasio cuente con un toque diferenciador y los usuarios prefieran nuestro negocio a cualquier otro.

Los costos que se establecen en otros centros recreativos o instituciones son de:

Alfaro Moreno la pensión es de \$45 – \$60 mensuales. (Sin Incluir Uniforme)

Jessenea Mendoza es de \$30 a \$80 mensuales (Sin Incluir uniforme depende de la edad)

Federación del Guayas, es una institución del estado y se paga un valor mínimo.

FitnessFunny tendrá un valor de \$48 para los niños entre 5 a 12 años de edad, incluimos uniforme.

5.3.2.2. Poder Adquisitivo del Mercado Meta

El mercado meta con el que se va a trabajar es medio típico medio alta ya que sus ingresos son elevado y cuentan con poder adquisitivo, dentro de la investigación en Guayaquil se encuentra en crecimientos los diferente centros recreativos sean de danza, deportivos entre otros, estos nos indica que hay un mercado potencial activo en requerir de nuestro servicio.

5.3.2.3. Expectativa de los Accionistas

Los accionistas de la empresa esperan un crecimiento anual del 10% en ventas y además tener un 20% de rentabilidad sobre su utilidad neta.

5.3.2.4. Políticas de Precio: Sobreprecio y Descuentos, Márgenes Brutos de la Compañía, Precio al Menudeo (Kilo, tonelada), Términos de Venta, Método de Pago.

FitnessFunny en políticas de precio empleará los siguientes:

Sobreprecio: Se aplicará cuando sea un servicio especial, cuando sea casos de obesidad y necesiten un diagnostico diario.

Descuentos: Cuando se inscriben más de 2 usuarios se realiza el 5 % de descuento.

Márgenes brutos: El margen estimado el 60%.

Métodos de pago: La empresa aplicará pagos en efectivos y en tarjetas de crédito.

5.3.3. Estrategia de Plaza

Se detallara las estrategias de plaza que se utilizaran en FitnessFunny que incurre en el análisis la localidad ubicación del domicilio.

5.3.3.1. Localización

La empresa a continuación detallará la localización macro y micro:

5.3.3.1.1. Macro Localización

El estudio de macro localización se lo realizará en Ecuador, en provincia del Guayas, en la ciudad de Guayaquil.

Se escogió esta ciudad debido a su crecimiento continuo y los cambios que se realizan en la urbe, y por ser el 2 lugar en Ecuador con más plazas de trabajo.

5.3.3.1.2. Micro Localización

La empresa estará ubicada en el norte de Guayaquil en un sector que tiene índice alto de concurrencia ya que el sitio es muy comercial ya que existen centros comerciales, clínicas, centros de aprendizaje, bancos entre otros.

5.3.3.1.3. Ubicación

FitnessFunny se encontrará ubicado en las calles Francisco Arizaga y Alfredo Saenz R., cerca del parque Clemente Yerovi de la vieja Kennedy.

Ilustración 24 Ubicación del negocio.



FitnessFunny, Gimnasio para niños.

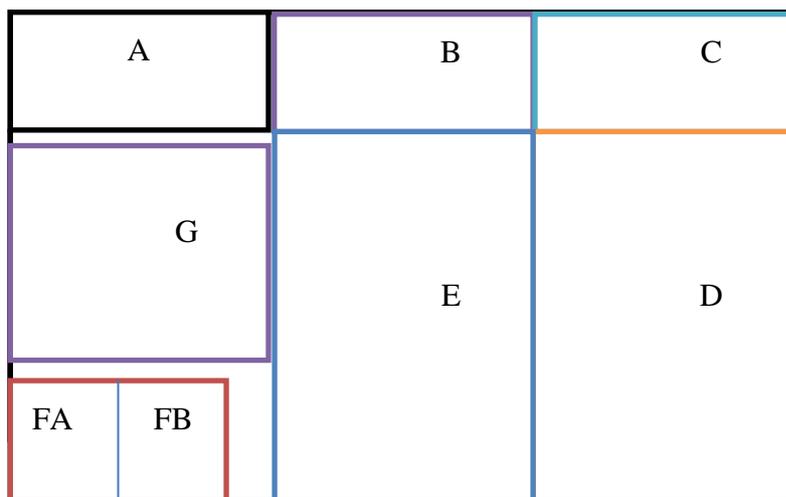
“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UN GIMNASIO QUE PROMUEVA EL DESARROLLO DE HABILIDADES FÍSICAS PARA NIÑOS EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

Elaborado por: La Autora.

Fuente: Investigación.

5.3.3.1.4. Distribución del Espacio

Ilustración 25 Ubicación del negocio.



Elaborado por: La Autora.

Fuente: Investigación.

A: Oficina general. (Gerente)

B: Atención Pediatra. (Pediatra)

C: Atención Nutricional

D: Área de actividad física con máquinas.

E: Área de Actividad física divertida.

F: Baños niñas (FA) y Baños niños (FB)

G: Sala de espera

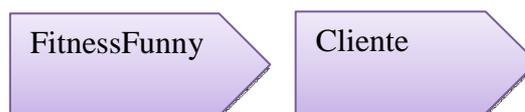
5.3.3.2. Sistema de Distribución Comercial

FitnessFunny basará su distribución comercial de la siguiente forma:

5.3.3.2.1. Canales de Distribución: Minoristas, Mayoristas, Agentes, Depósitos y Almacenes.

La compañía usará un canal de distribuidor directo ya que somos una empresa de servicios de gimnasio dirigido a niños, FitnessFunny tendrá con sus clientes una relación de contacto cara a cara ya que es la mejor forma de percibir sus necesidades y poder asesorar a los infantes de forma correcta y analizar sus cambios.

Ilustración 26 Canal de Distribución



Elaborado por: La Autora.

Fuente: Investigación.

5.3.3.2.2. Penetración en los Mercados Urbanos y Rurales.

FitnessFunny solo se enfoca en el sector urbano por lo cual lo tendrá relación con el sector rural.

5.3.3.2.3. Logística

La compañía no trabajará con una logística de distribución externa debido al modelo de negocio, pero la empresa realizara distribuciones internas que se las detallará en el siguiente párrafo.

La distribución por atención de cada infante, ya que deberán pasar por seguimientos y cada departamento deberá realizar los chequeos respectivos y llevar un historial del progreso de cada niño, también se contará con el mantenimiento de las maquinas que se las realizará 2 veces al mes que será un contrato por servicios prestados.

Los padres de familia para inscribir a sus niños en el gimnasio deberán tener una charla de información en una cita previa, para explicarles la forma de trabajo y los beneficios, después se les entregara un horario de asistencia para que sean atendidos en dicha hora.

5.3.3.2.4. Red de Ventas

La empresa llevará el formato de redes de ventas de la siguiente manera.

El Gerente General será el encargado de visitar a los clientes para motivarlos a unir a sus hijos dentro del gimnasio y el cierre de la venta se la realiza en las instalaciones ya que se les indican las instalaciones y se les muestra las oportunidades de participar en este proyecto.

5.3.3.2.5. Políticas de Servicio al Cliente: Pre- venta y Post- venta, Quejas, Reclamaciones, Devoluciones.

- Pre – Venta: Oportunidad y la promoción, contacto cara a cara o por multimedia.
- Post – Venta: Se hará seguimientos, realizando visitas a posibles clientes para a dar continuo asesoramiento y analizar la satisfacción del cliente.
- Quejas y reclamos: Se los receptará en las instalaciones o de forma telefónica en horarios establecidos, para verificar y mejor los posibles inconvenientes.
- Devoluciones: El modelo de negocio no participa en devoluciones ya que el servicio.

5.3.4. Estrategias de Promoción

FitnessFunny utilizará son de promoción y ventas.

5.3.4.1. Estrategias ATL y BTL

La empresa se enfocará en la publicidad BTL (below the line) ya que es la de menor costo y lograr más acercamiento con los clientes, entregando flyers que contenga información sobre el negocio y sus promociones, contará con redes sociales para difundir a FITNESSFUNNY y de esta forma captar la atención de los cibernautas.

5.3.4.2. Elaboración de Diseño y Propuesta Publicitaria

Concepto: El gimnasio para niños ofrece diversas actividades, que ayudaran a un crecimiento saludable a los niños con una vida activa en el área del estado físico.

El servicio se caracteriza por brindar atención personalizada, charlas sobre el beneficio de los alimentos que ayudan al desarrollo saludable de los infantes y sobre todo diversión ya que el gimnasio esta adecuado para interactuar y motivar al niño a realizar actividades que

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UN GIMNASIO QUE PROMUEVA EL DESARROLLO DE HABILIDADES FÍSICAS PARA NIÑOS EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

ejerciten su cuerpo, se utilizaran maquinas acorde la edad de los infantes, contaremos con programación animada para que los niños se interesen y vean el ejercicio como algo divertido.

Mensaje: Se quiere transmitir una forma de vida sana, saludable y evitar el sedentarismo en los niños, para evitar enfermedades en su crecimiento y que ejerciten su organismo para crecer sanos.

5.3.4.3. Promoción de Ventas

5.3.4.3.1. Venta Personal

El Gerente General estará enfocado a realizar las visitas para ofrecer el servicio a los padres de familia y brindar asesoramientos. También tendremos dirección de correo electrónico para que por este medio nos hagan requerimientos, llamadas telefónicas y redes sociales.

5.3.4.3.2. Trading: Exposiciones, Ferias Comerciales, Competiciones, Concursos y Premios, Descuentos, Primas por Objetivo, Muestra, Productos Gratuitos, Publicidad en el Punto de Venta, Publicidad y Promoción Cooperativa, Primas por objetivos, Distinciones, Otras.

La empresa como estrategia de trading participará en la feria del “Aura” que se realiza en el palacio cristal en la ciudad de Guayaquil, y en exposiciones en instituciones cuando se nos inviten a demostrar los beneficios de realizar ejercicios en las diferentes instituciones educativas donde se encontraran los padres de familia.

La publicidad por afiches que se colocarán en diferentes puntos estratégicos de la ciudad de Guayaquil. La empresa tendrá su página web en la que se colocará información actualizada y promociones. Vía redes sociales se difundirán los servicios del gimnasio.

5.3.4.3.3. Clienting: Muestras Gratuitas, Documentación Técnica, Obsequios, Asistencia a Congresos, Seminarios y Conferencias, Rebajas, Descuentos, Mayor Contenido de Productos por Igual Precio, Productos Complementarios Gratis o a Bajo Precio, Cupones o Vales Descuentos, Concursos, Premios, Muestras, Degustaciones, Regalos, Otras.

La promoción por combos: cuando se inscriban dos integrantes de la misma familia tendrán el 5% de descuento.

La promoción plus: cuando un cliente antiguo recomiende y pueden logran inscribir, por 3 inscripciones tendrán 25% de descuento del siguiente mes de su programa de actividad física.

Las promociones que se brindarán por visitar nuestra página web, por compartir nuestros enlaces serán premiadas con el 5% de descuento en la inscripción mensual.

5.3.4.4. Publicidad

5.3.4.4.1. Estrategia de Lanzamiento

El lanzamiento de FitnessFunny se realizará el 2014. Por apertura el gimnasio realizará un sorteo entre los asistentes de 5 cupos para niños. La publicidad se la realizará por redes sociales, por flyers en las diferentes unidades educativas de Guayaquil.

Otra actividad que se realizará en el evento inaugural será brindar comida saludable y natural como leche de soya, pan integral, leche almendra y ofrecer una charla sobre los beneficios de estos alimentos combinados con la actividad física en los infantes.

5.3.4.4.2. Plan de Medios: Tipos, Costos, Rating, Agencias de Publicidad.

La empresa no incurrirá en la inversión de ATL por sus altos costos pero si realizará publicidad por otros medios online:

Participara con un fan page en Facebook, tendrá su cuenta en instragram ofreciendo promociones, en la página oficial de FitnessFunny, e- mail directos, y el uso de google adwords.

5.3.4.4.3. Mindshare

La empresa desea posicionarse en la mente del consumidor en el 2020 como empresa de renombre, esto se logrará con el 50% de reconocimiento en 5 años brindando excelente calidad en el servicio y por las estratégicas de publicidad que se realizarán a lo largo de estos años.

5.3.4.4.4. Publicidad Blanca

Con la publicidad que se realizará con la entrega de flyers, y medios multimedia la empresa ganará prestigio en su alrededor, ya que se especificará los beneficios del gimnasio para niños lo cual será de realce a nuestra campaña de publicidad.

5.3.4.4.5. Merchandising

Las actividades que se llevaran a cabo será la entrega de pequeños refrigerios para incentivar a los infantes y promover una buena alimentación. La empresa tendrá tazas, camisas, gorras que se otorgarán a los niños más interactivos para que motiven sus rutinas de ejercicios.

5.3.4.4.6. Relaciones Públicas

La empresa mantendrá una relación directa tanto con los clientes como los proveedores ya que esto permitirá extender el vínculo entre ambas partes expresando sus necesidades y colaborando en mejoras continuas para el beneficio de la empresa y para la salud de cada infante.

5.3.4.4.7. Marketing Relacional

FitnessFunny fortalecerá la relación con los clientes, basaremos nuestra conexión con los clientes demostrado afecto en cada ejercicio brindado y logrando una excelente comunicación con los infantes ya que eso nos brindará un lazo familiar. Donde los padres se sentirán satisfechos con el servicio entregado a sus hijos. Es importante valorar el historial de progreso del niño y dándoselo a conocer por medio de premios que motivaran al niños a continuar con su vida saludable.

5.3.4.4.8. Insight Marketing

La compañía desea que el cliente reconozca a la empresa por sus experiencias que se sienta familiarizado, y que pueda por medios de sugerencia en nuestra casilla de sugerencias

indicarnos lo que podríamos mejorar o que le hace falta para que la empresa pueda mejorar y que esas necesidades sean introducidas dentro del programa que se lleva en FitnessFunny.

5.3.4.4.9. Gestión de Promoción Electrónica del Proyecto

5.3.4.4.9.1. Estratégias de E-Commerce, E-Business e E-Marketing

- E – business: No aplica debido a que la comercialización no se realiza por internet.
- E – commerce: no se aplicara esta herramienta porque la contabilidad ni otras áreas se realizaran por internet.
- E - marketing: la empresa se basará por esta herramienta ya que usará E-mailing y Marketing viral.

5.3.4.4.9.2. Análisis de la Promoción Electrónica de los Competidores

Los competidores indirectos promocionan sus establecimientos mediante redes sociales, sus propias páginas. Venden servicios online entre otras actividades que promueven sus servicios. Pero también existen academias que no poseen publicidad por medios electrónicos debido a la falta de progreso en su negocio.

5.3.4.4.9.3. Diseño e Implementación de la Página Web

La empresa tendrá una página web este servicio se subcontratará el idioma escogido es el español ya que nuestro mercado meta utiliza este idioma. El valor de la página es de \$2500.

Ilustración 27 Página web.

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UN GIMNASIO QUE PROMUEVA EL DESARROLLO DE HABILIDADES FÍSICAS PARA NIÑOS EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”



Elaborado por: La Autora.

Fuente: Investigación

5.3.4.4.10. Estrategias de Marketing a través de Redes Sociales

Las redes sociales son un medio para realizar la difusión de los diferentes proyectos a nivel mundial, FitnessFunny utilizará medios como: Facebook, Twitter, Instagram, entre otros, ya que nos permitirá desarrollar una estrategia de marketing y publicidad, y con el beneficio de un costo económico.

La empresa manejará un fans page, donde se expondrán todas las promociones actualizadas que la empresa requiera. En Instagram tendremos una cuenta personal.

5.3.4.4.10.1. Análisis de la Promoción Electrónica de los Competidores

Los competidores cuentan con las siguientes promociones:

Tabla 18 Análisis de la promoción Electrónica de los competidores.

Empresa	Facebook		Twitter	
	Me gusta	Menciones	Seguidores	Menciones
ALFARO MORENO	1785	Productos – Servicio	661 Privado	Facebook
ACADEMIA YESENEA	10263	Servicio - Eventos –Fotos	228Público	Facebook – Youtube

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UN GIMNASIO QUE PROMUEVA EL DESARROLLO DE HABILIDADES FÍSICAS PARA NIÑOS EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

MENDOZA				
FEDERACIÓN DEL GUAYAS	2825	Servicio-Promociones	1200	Facebook
ALENZA	8760	Servicio – Promociones	548	Facebook
DANZA JAZZ	29117	Servicio – Promociones – Eventos	780	Facebook

Elaborado por: La Autora.

Fuente: Investigación

5.3.4.4.10.2. Diseño e Implementación de Fan Pages, en Redes Sociales

FitnessFunny utilizará redes sociales como Facebook, Instagram, Twitter para que el negocio se haga conocido y pueda colocarse en la mente del consumidor y poder aumentar la cartera de clientes las actualizaciones de las páginas se la hará semanalmente, la empresa tendrá su sitio web oficial para dar toda la información del servicio que se brindará.

Ilustración 28 Fan page de FitnessFunny



Elaborado por: La Autora.

Fuente: Investigación

En todas las redes que se utilizarán se subirán fotos, videos, charlas informativas para motivar al usuario a que visite este negocio.

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UN GIMNASIO QUE PROMUEVA EL DESARROLLO DE HABILIDADES FÍSICAS PARA NIÑOS EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

5.3.4.4.10.3. Marketing Social

FitnessFunny realizará becas a niños que no tengan posibilidad económica y en fechas especiales hará programas de nutrición en sectores vulnerables de Guayaquil, para realizar campañas contra la desnutrición en infantes, de esta forma se publicará en medios propios para dar a conocer la buena imagen corporativa que la empresa lleva a cabo.

5.3.4.5. Ámbito Internacional

La empresa no desea ampliar sus actividades a nivel internacional por lo cual este inciso no se estipulará.

5.3.4.5.1. Estrategia de Distribución Internacional

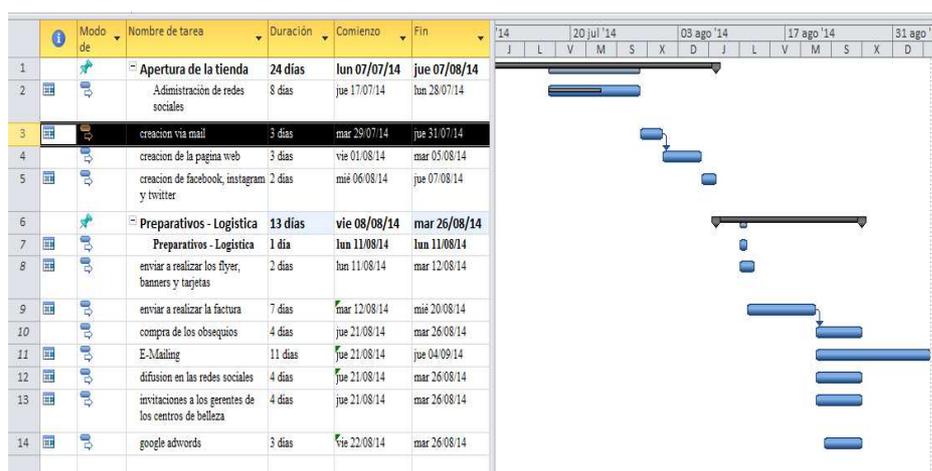
FitnessFunny no incurrirá en la estrategia de distribución internacional, ya que es local.

5.3.4.5.2. Estrategia de Precio Internacional

La empresa de acuerdo a lo explicado en el inciso anterior no tendrá estrategia de precio internacional.

5.3.5. Cronograma (Calendario de Acción de la Campaña)

Ilustración 29 Cronograma de Marketing



Elaborado por: La Autora.

Fuente: Investigación

5.3.6. Presupuesto de Marketing: Costo de Venta, Costo de Publicidad y Promoción, Costo de Distribución, Costo del Producto, Otros.

A continuación se detalla el presupuesto del marketing de la empresa:

Tabla 19 Presupuesto de Marketing

Gasto de publicidad	
Descripción	Valores
Creación de sitio web	\$ 1.800,00
Mantenimiento de sitio web	\$ 280,00
Google adwords	\$ 50,00
Flyers	\$ 121,00
Obsequio para usuario	\$ 300,00
Publicación en Universo	\$ 9.600,00
Tarjetas de presentación	\$ 100,00
Total	\$ 12.251,00

Elaborado por: La Autora.

Fuente: Investigación

5.3.7. Análisis de Rentabilidad del Offering (Precio de venta al Público menos Margen de los Intermediarios; Precio Exempresa menos Descuentos, Impagados, Otros; Precio Neto menos Costes Directos e Indirectos de Producción, Proporción de Gastos Generales y Administrativos, Proporción de Investigación y Desarrollo, Proporción Gastos Financieros, Gastos de Marketing Mix; Contribución Unitaria del Beneficio.

Tabla 20 Análisis de Rentabilidad Offering

Periodos	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ingresos					
Ventas Netas	\$ 147.456,00	\$ 172.339,20	\$ 200.724,48	\$ 233.063,42	\$ 264.465,65
Costo de Ventas	\$ 17.817,60	\$ 19.497,24	\$ 22.708,55	\$ 24.686,85	\$ 26.227,88
Utilidad Bruta	\$ 129.638,40	\$ 152.841,96	\$ 178.015,93	\$ 208.376,58	\$ 238.237,78
Gastos Operacionales					
Gastos Administrativos	\$ 102.638,40	\$ 118.280,47	\$ 121.828,89	\$ 125.483,75	\$ 129.248,27
Gastos de Publicidad	\$ 12.251,00	\$ 12.618,53	\$ 12.997,09	\$ 13.387,00	\$ 13.788,61
Total de Gastos de Operación	\$ 121.122,03	\$ 137.131,63	\$ 141.058,60	\$ 144.577,94	\$ 148.744,06

Elaborado por: La Autora.

Fuente: Investigación

CAPÍTULO 6

PLAN OPERATIVO

CAPITULO 6

6. PLAN OPERATIVO

6.1. Producción

6.1.1. Proceso Productivo

La empresa no tendrá proceso productivo ya que somos una compañía de servicio pero en este inciso se explicará el proceso de venta que se realiza en la empresa, a continuación el detalle de la venta:

- I. Inicio: La empresa tendrá un proceso de venta con el cliente, este expondrá su disposición aceptar inscribir al infante en el gimnasio.
- II. Se detallan los servicios que se les va a brindar a los infantes, las áreas que el negocio tendrá, también se indicaran los beneficios que serán otorgados para los usuarios.
- III. Consumidor: Si a los padres les agrada el tipo de servicio que se les brindarán a sus hijos, esto se realiza por medio de las estrategias de posicionamiento de mercado procedemos a la inscripción del niño en el gimnasio, si fuese lo contrario se agradece por la atención brindada y se termina el proceso.
- IV. El cliente elige el horario en el que desea acudir, se establecen los días específicos.
- V. El horario para los usuarios será establecido el día de la matriculación en el gimnasio.
- VI. El cliente cancela la matrícula y la inscripción del niño, ya que deben de pagar por adelantado, el pago se realizará en efectivo o tarjeta de crédito, para ofrecer facilidades de pagos.
- VII. Se brinda el servicio: la empresa tendrá tres sesiones por semana, la primera semana se elaborará la ficha médica de cada usuario, se ubicará a los niños por edades para que puedan desarrollar diferentes actividades que estén acorde su edad, una vez por semana se motivará el consumo de alimentos naturales y de verduras. Se les brindará alimentos como leche de soya, hamburguesa de soya, jugos naturales, galletitas de soyas, entre otras que se seleccionará un refrigerio por semana para cada usuario.

VIII. Detalle de actividades dentro del gimnasio para niños:

- Actividades físicas, con la ayuda del instructor el niño realizará una serie de ejercicios en diferentes maquinas especializadas en niños, esta actividad se la hará por 20 minutos (día que no se entrega refrigerios) y 25 (día que no se dé el lunch nutritivo).
- Luego se realizará 15 minutos de charlas ilustrativas y una interacción con un software infantil en el cual los niños continuarán realizando actividad física de forma divertida en compañía de su instructor. (En las secciones la máxima capacidad de usuarios será de 7 infantes, mínimo 4)
- (una vez por semana) Los 5 minutos restantes los niños recibirán los refrigerios y se motivará al niño a reconocer alimentos nutritivos que ayuden a un crecimiento sano.
- Una vez por semana realizaremos bailo terapia (15 minutos) para incluir el movimiento mezclado con la danza.
- Los niños dentro del gimnasio tendrán un casillero, el cual podrán usar en el horario que asistan.
- Al término de la sesión podrán utilizar las bañeras, que están al servicio de nuestros usuarios.

IX. Los padres de familia podrán observar las actividades en la sala de estar, y una vez por semana podrán evaluar el servicio que se les entregan a los infantes, esto servirá para mejorar diariamente.

6.1.2. Infraestructura: Obra Civil, Maquinarias y Equipos

La empresa detallará la infraestructura del negocio en la siguiente tabla, por lo que se necesitarán diferentes máquinas para brindar el servicio al cliente:

Tabla 21 Equipos y maquinarias.

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UN GIMNASIO QUE PROMUEVA EL DESARROLLO DE HABILIDADES FÍSICAS PARA NIÑOS EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

Activos Fijos	
Descripción	Cantidad
Escritorios	3
Sillas gerencial	1
Sillas comunes	6
Locker Metálico	2
Banco Madera	10
Juego de Sala	1
Equipo de Sonido	1
Plasmas	4
Computadoras	3
Impresoras	2
Teléfonos	1
Archivadores	3
Bicicleta Estática infantil	2
Cinta de Correr Infantil	2
Remo Infantil	2
Strepper Infantil	2
Bicicleta Air Elliptic Junior	2
Elíptica Air Junior	2
Set Fitness Junior 1	2
Press de Hombro Junior	2
Butterfly Pecho Junior	2
Biceps/Triceps Junior	2
Extensor de Cuadriceps Junior	2
Set Fitness Junior 2	2
Set Multijuegos	2
Futbolín Mini	1
Colchonetas tipo ludoteca	4
Gimnasio Metálico con piscina de pelotas	1
Juego de pelotas pequeños	1
TOTAL	70

Elaborado por: La Autor

Fuente: Investigación

6.1.3. Mano de Obra

La empresa está conformada por diferentes áreas en las cuales son contratadas por el personal de la compañía. A continuación se detallará los trabajadores de FitnessFunny:

- Gerente General.
- Supervisor financiero.

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UN GIMNASIO QUE PROMUEVA EL DESARROLLO DE HABILIDADES FÍSICAS PARA NIÑOS EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

- Nutricionista.
- Instructores (2)
- Pediatra.

6.1.4. Capacidad Instalada

La capacidad instalada para el negocio será:

Tabla 22 Detalle de capacidad de la empresa.

Capacidad por sesión	20	Usuarios	Turnos	2
Días de atención a la Semana	6	Días	Sesiones por Día	8
Capacidad Mensual	320	Usuarios	Semanas Trabajadas	4
Capacidad Anual	3840		Capacidad Primer Año	80%
Capacidad primer año	3072			

Por: La Autor.

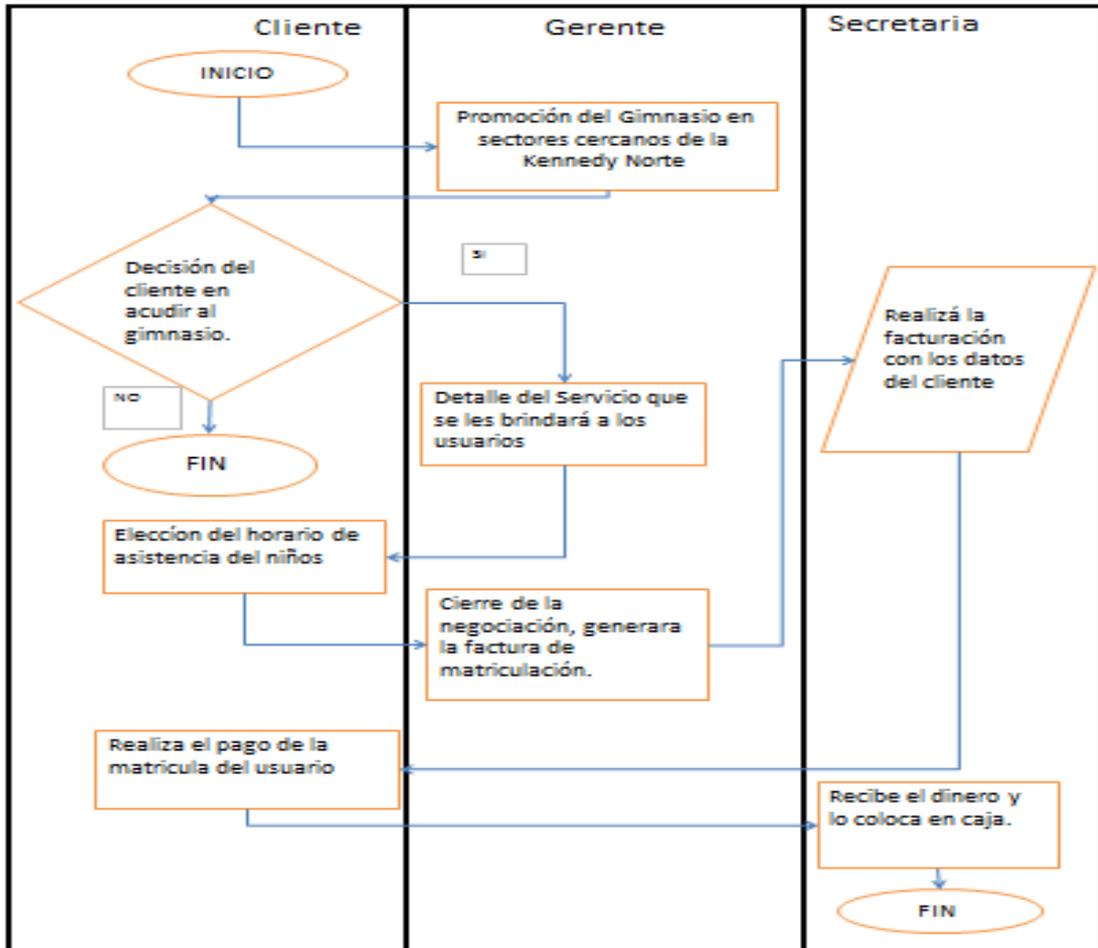
Fuente: Investigación

6.1.5. Flujograma de Procesos

En este punto señalaremos el proceso de matriculación del infante realizada por los padres, el cierre de venta:

Ilustración 30 Flujograma de Venta de Servicio de FitnessFunny

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UN GIMNASIO QUE PROMUEVA EL DESARROLLO DE HABILIDADES FÍSICAS PARA NIÑOS EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”



Elaborado por: La Autora.

Fuente: Investigación

6.1.6. Presupuesto

La empresa requerirá la cantidad de \$30.036.90, detallados en la siguiente tabla:

Tabla 23 Presupuesto de Infraestructura.

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UN GIMNASIO QUE PROMUEVA EL DESARROLLO DE HABILIDADES FÍSICAS PARA NIÑOS EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

Muebles de Oficina			\$ 1.566,00
Escritorios	3	\$ 220,00	\$ 660,00
Sillas gerencial	1	\$ 100,50	\$ 100,50
Sillas comunes	6	\$ 55,25	\$ 331,50
Locker Metàlico	2	\$ 150,00	\$ 300,00
Banco Madera	10	\$ 3,50	\$ 35,00
Juego de Sala	1	\$ 139,00	\$ 139,00
Equipos de Oficina			\$ 5.746,00
Equipo de Sonido	1	\$ 379,00	\$ 379,00
Plasmas	4	\$ 890,00	\$ 3.560,00
Computadoras	3	\$ 450,00	\$ 1.350,00
Impresoras	2	\$ 89,00	\$ 178,00
Teléfonos	1	\$ 48,00	\$ 48,00
Archivadores	3	\$ 77,00	\$ 231,00
Maquinarias y Equipos			\$ 22.724,90
Bicicleta Estatica infantil	2	\$ 579,11	\$ 1.158,21
Cinta de Correr Infantil	2	\$ 579,11	\$ 1.158,21
Remo Infantil	2	\$ 579,11	\$ 1.158,21
Strepper Infantil	2	\$ 579,11	\$ 1.158,21
Bicicleta Air Elliptic Junior	2	\$ 952,24	\$ 1.904,48
Eliptica Air Junior	2	\$ 1.017,91	\$ 2.035,83
Set Fitness Junior1	2	\$ 1.610,31	\$ 3.220,61
Press de Hombro Junior	2	\$ 798,51	\$ 1.597,02
Butterfly Pecho Junior	2	\$ 798,51	\$ 1.597,02
Biceps/Triceps Junior	2	\$ 789,93	\$ 1.579,85
Extensor de Cuadriceps Junior	2	\$ 798,51	\$ 1.597,02
Set Fitness Junior 2	2	\$ 2.049,11	\$ 4.098,23
Set Multijuegos	1	\$ 180,00	\$ 180,00
Futbolin Mini	1	\$ 120,00	\$ 120,00
Colchonetas tipo ludoteca	1	\$ 22,00	\$ 22,00
Gimnasio Metalico con piscina de pelotas	1	\$ 100,00	\$ 100,00
Juego de pelotas pequeños	1	\$ 40,00	\$ 40,00
Total			\$ 30.036,90

Elaborado por: La Autora.

Fuente: Investigación

6.2. Gestión de Calidad

Se dirigirá la empresa desarrollando un plan de calidad donde se detallarán todos los factores:

6.2.1. Procesos de planeación de calidad

FitnessFunny ejecutará un modelo de plan para las mejoras continuas, que se detalla de manera sistemática: prevenir (inconveniente en la atención de los niños de parte de los

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UN GIMNASIO QUE PROMUEVA EL DESARROLLO DE HABILIDADES FÍSICAS PARA NIÑOS EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

instructores), planificar (Los ejercicios diarios de cada infante y la guía nutricional), hacer (interactiva las rutinas para que los infantes tomen el ejercicio como diversión saludable), revisar (chequear los controles en su historiales analizando su mejoramiento) y actuar (promoviendo la alimentación nutritiva y brindado nutrientes dentro del gimnasio).

La empresa tendrá como meta brindar un servicio íntegro y de excelente calidad evitando tener inconvenientes, esto se cumplirá por medio de parámetros que serán detallados en el siguiente párrafo:

Se elaborará cada semana una evaluación a los instructores, al nutricionista y al pediatra por medio de medidas de satisfacción del cliente, se analizará los resultados y si tenemos inconvenientes se realizarán los cambios necesarios para el progreso de la empresa.

6.2.2. Beneficios de las acciones proactivas

Los beneficios de las acciones a tomarse dentro de la compañía, servirá para mejorar la gestión de calidad con esos se establecerá mejor relación con el usuario y sus padres, y así se ganará la confianza para que los consumidores elijan nuestro servicio que es seguro y confiable. La empresa podrá llevar los registros de forma sencilla y ordenada con ayuda de las políticas y los estándares establecidos en el inciso anterior.

6.2.3. Políticas de calidad

FitnessFunny tendrá las siguientes políticas de calidad:

- 1) Cautela de los posibles riesgos y precaver el buen trato a los trabajadores como para el usuario.
 - Brindar un servicio de calidad con personal capacitado.
 - Tener las maquinas en correcto funcionamiento.
 - Mantener la limpieza en el lugar.
 - Evitar riesgos con el uso adecuado de las máquinas para la edad de los niños.
 - Promover un buen ambiente en el gimnasio, para que al niño le agrade realizar ejercicios.
- 2) Cautela con el servicio que se va a dar con la respectiva ejecución de parámetros a seguir para entregar un servicio de calidad, tales como mantener el lugar limpio, que las maquinas sean para la edad de los niños, realizar el mantenimiento

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UN GIMNASIO QUE PROMUEVA EL DESARROLLO DE HABILIDADES FÍSICAS PARA NIÑOS EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

respectivo a los equipos, y tener una buena relación entre los trabajadores y los niños.

- 3) Tener un excelente ambiente según los objetivos y valores de la empresa tanto para los empleados como para los usuarios.
- 4) Los trabajadores de la compañía tienen la obligación de conocer las políticas de calidad, ya que cuando se los contrate se les dará las normativas internas de la empresa, y también se expondrán dentro del gimnasio anuncios con dichas normas.

6.2.4. Benchmarking

Los competidores cuentan con amplias instalaciones para que los niños realicen las diferentes disciplinas en los centro de recreaciones ya que nuestra competencia es indirecta, también ofrecen un servicio de calidad con todos los beneficios para que el cliente se sienta cómoda de asistir. La mayoría de los centros dan seguros de vida por cualquier accidente que se llegase a dar. La empresa brindara todos estos beneficios con la diferencia de que los infantes sentirán un cambio en el crecimiento de manera saludable acompañado de una buena alimentación, obteniendo una experiencia en el bienestar y salud.

6.2.5. Proceso de aseguramiento de la calidad

La compañía estableció en el inciso 6.2.1. Las medidas estándares y políticas que se tomarán en cuenta cuando exista algún desmán interno o externo. Para las mejoras continuas de FitnessFunny.

6.2.6. Estándares de la calidad

Los estándares de calidad serán medidos de la siguiente forma:

- La satisfacción del cliente: Por medios de encuestas con escala del 8 % en medición de no complicado.
- La calidad de servicio: por medio del buzón de sugerencias no más de 10 experiencias negativas.
- Mantenimiento y limpieza: Por medio de supervisión del Gerente de manera diaria.

6.2.7. Procesos de control de calidad

La empresa diagnosticará los procesos a seguir por medio de evolución, revisión mediante el uso de los recursos y de herramientas que permitan agilizar las actividades dentro de la organización.

6.2.8. Certificaciones y Licencias

En un futuro la compañía usará la norma ISO 9001:2008, cuando este posicionada en el mercado y tenga el capital para poder invertir en una certificación.

6.2.9. Presupuesto

La empresa por los primeros años no proyectará un gasto para este tipo de certificaciones, por ende no habrá valores incluidos en nuestros estados financieros.

6.3. Gestión Ambiental

6.3.1. Procesos de planeación ambiental

La empresa implementará políticas internas de ahorro de energía, que se realizará con el uso de focos ahorradores, también se implementará la reducción del uso de papeles por lo que se promoverá el uso de medios electrónicos al momento de facturación y de llevar los controles de los niños. Se hará reciclaje de papeles.

6.3.2. Beneficios de las acciones proactivas

Con estos medios se logrará:

- Controlar el ahorro de energía mediante focos ahorradores.
- Fomentar el reciclaje, por medio de recolección de botellas.
- Implementar el uso de medios electrónicos.

6.3.3. Políticas de protección ambiental

Se utilizará este tipo de políticas para ayudar a conservar el medio ambiente y promover las buenas prácticas en nuestro entorno, mantener la vida natural en todo su esplendor. Con el uso de medios electrónicos evitaremos el uso del papel y así se ayudará a la reducción de tala de árboles. Clasificar los desechos dentro del gimnasio. Desconectar los equipos o maquinas cuando no estén en uso. Se realizará mantenimiento a los aparatos electrónicos.

6.3.4. Proceso de aseguramiento de la calidad ambiental

Se lo hará mediante el proceso de seguimiento de calidad ambiental, los medios que se utilizarán en dicho sistema es por evaluaciones y auditorías internas sobre si se está siguiendo las medidas estándares y políticas antes mencionadas.

6.3.5. Estándares de la calidad ambiental

En este inciso se decidió como mínimo una disminución de 5% por planillas de luz, y gastos en servicios básicos, y si llegase haber un aumento se reevaluarán los estándares para corregir las medidas necesarias.

6.3.6. Procesos de control de calidad

Se medirá el proceso de calidad por medio del control de documentación como planillas de servicios básicos, y evaluación de desechos dentro del gimnasio, si la empresa tuviera alguna dificultad en cumplir con los estatutos establecidos se tomará correcciones para solucionar dicho problema.

6.3.7. Trazabilidad

La empresa aplicará la trazabilidad ascendente, es decir con los proveedores de las maquinas a usarse cumplan con los requisitos ambientales y de calidad exigidos por la empresa, donde el beneficio de garantía.

6.3.8. Logística Verde

FitnessFunny tiene un diseño de proceso de servicio que está ligado a no contaminar el medio ambiente en gran escala, se lo realizará con la ayuda de reciclaje de desechos y de esta forma brindar un servicio de calidad a sus usuarios.

6.3.9. Certificaciones y Licencias

En los primeros años de funcionamiento la empresa no usará ninguna certificación o licencia. A partir del año 6 la empresa podrá hacer uso del capital y se incurrirá en este tipo de gastos. Y se contratará el ISO 9001:2008 para funcionamiento interno.

6.3.10. Presupuesto

El presupuesto no aplica debido a que no se pondrá en marcha el inciso anterior.

6.4. Gestión de Responsabilidad Social

Los estatutos que se tomarán en cuenta dentro del entorno de Responsabilidad social estarán detallados en los siguientes puntos:

6.4.1. Procesos de planeación del Modelo Empresarial de Responsabilidad Social

La planeación que se llevará a cabo en la compañía en lo que respecta a RSE será brindar todos los beneficios de ley a los colaboradores de la compañía, seguir las normas de los derechos humanos y contribuir con la protección del medio ambiente, siguiendo un formato de gobierno corporativo.

6.4.2. Beneficios de las acciones proactivas

La empresa obtendrá beneficios realizando un proceso de planeación que serán las siguientes:

- Motivación de los trabajadores.
- Ser responsables con la sociedad.
- Incrementar la Imagen Corporativa de la empresa.

6.4.3. Políticas de protección social

La protección social que realiza FitnessFunny se refiere a:

Seguir con las disposiciones legales que el país tenga, una de las disposiciones que se cumplirán es contratar a personas con capacidades especiales, respetar el derecho de maternidad de las madres, cumplir con el sueldo básico dentro de la institución.

Con los proveedores establecer una relación donde ambas partes se beneficien entregando las maquinarias en buen estado y con las garantías necesarias y recibir el pago acordado.

Las políticas internas son:

Brindar un trato agradable y que se pueda trabajar en armonía, motivar al trabajador a realizar sus actividades.

Difundir en la compañía la visión y misión de la compañía para que todos los colaboradores sigan un mismo lineamiento.

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UN GIMNASIO QUE PROMUEVA EL DESARROLLO DE HABILIDADES FÍSICAS PARA NIÑOS EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

Después del 6 año de la compañía se realizarán otras actividades como:

Tendremos un programa de becas mensualmente con 2 cupos a niños de escasos recursos, para incentivar el ejercicio (cabe recalcar que será otorgado por mérito y por una evaluación realizada por los directivos de la compañía). Por último se brindará una campaña en escuelas sobre la importancia del ejercicio y de la alimentación en niños.

6.4.4. Proceso de aseguramiento de la Responsabilidad Social y Corporativa

Para poder cumplir con el proceso de aseguramiento de RSC la empresa implementará un código de ética, se llevará un registro de quejas y denuncias si las hubiera de forma confidencial, esto se pondrá en marcha por medio de auditorías.

6.4.5. Estándares de Responsabilidad Social Aplicables a Corto, Mediano y Largo Plazo

Los estándares que la empresa aplicará son:

Corto plazo: Garantizar seguridad y progreso en el estado físico en un 100% a los infantes.

Medio plazo: Promover una buena alimentación y establecer valores en relación con los usuarios en un 50%.

Largo plazo: Determinar dos cupos de la empresa para obra social, actividades futuras

6.4.6. Procesos de controles sociales

Se controlará las medidas expuestas en los incisos anteriores con la realización de evaluaciones internas, que se lograrán con encuestas que se hará a los clientes y a los diferentes colaboradores de la empresa, lo cual será vigilado por el gerente general.

6.4.7. Certificaciones y Licencias

Como lo hemos indicado anteriormente, estamos conscientes de la importancia de las certificaciones de calidad, las mismas que serán consideradas en un futuro.

6.4.8. Presupuesto

La responsabilidad de FitnessFunny no tendrá valor en sus primeros años pero se cumplirá con la responsabilidad social con certificación de bajo presupuesto en los años venideros.

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UN GIMNASIO QUE PROMUEVA EL DESARROLLO DE HABILIDADES FÍSICAS PARA NIÑOS EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

6.5. Balanced ScoreCard & Mapa Estratégico

Tabla 24 Balance Score card

Perspectiva	Objetivos	Indicadores	Metas	Frecuencia de medición	Responsable
Financiera	Obtener un 15% de margen Neto	Incrementar las Suscripciones	8%	Anual	Gerente General
Cliente	Demostrar la Seguridad del servicio	Tener una Atención amable con personal capacitado	50%	Evaluación semanal al personal y encuestar a los padres	Gerente General
Proceso Internos	Regular las normas de los colaboradores	Comportamiento amable entre los trabajadores	35%	Evaluar las actividades de cada departamento Diario	Gerente General
Aprendizaje	Mejoramiento de relaciones laborales	Buen ambiente laboral interno	60%	Analizar cada 15 días	Gerente General

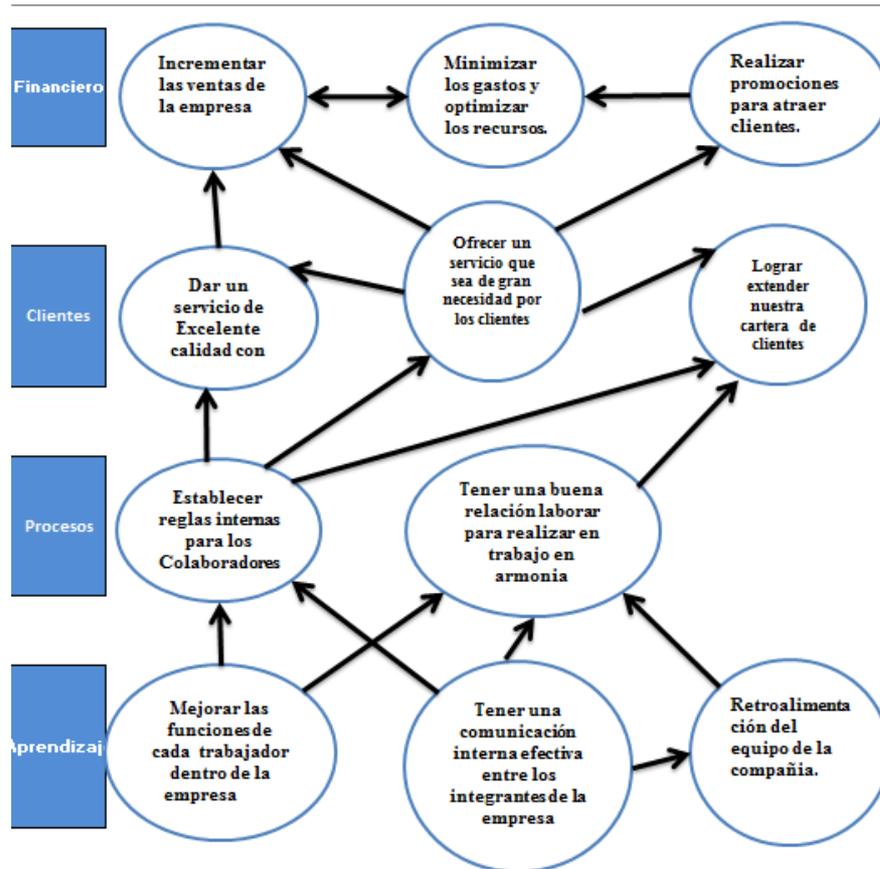
Elaborado por: La Autora.

Fuente: Investigación

Visión: Posicionarse dentro del Ecuador en la ciudad de Guayaquil en el 2020 como el gimnasio para niños de mayor renombre y credibilidad, donde los padres puedan confiar en desarrollo físico de los infantes

Ilustración 31 Mapa Estratégico.

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UN GIMNASIO QUE PROMUEVA EL DESARROLLO DE HABILIDADES FÍSICAS PARA NIÑOS EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”



Elaborado por: La Autora.

Fuente: Investigación

6.6. Otros temas relacionados al plan operativo

Para la empresa en los incisos anteriores se han cubierto todos los aspectos con los que se van a trabajar en el plan operativo.

CAPÍTULO 7

ESTUDIO ECONÓMICO- FINANCIERO-TRIBUTARIO

CAPÍTULO 7

7. ESTUDIO ECONÓMICO-FINANCIERO-TRIBUTARIO

7.1. Inversión Inicial

La inversión inicial que FitnessFunny es de \$ 68.249,71 donde intervienen diferentes recursos económicos y en el siguiente cuadro estadístico se detallará sus valores:

Tabla 25 Inversión Inicial.

INVERSIÓN INICIAL	
Activo Fijos	Valor
Muebles de Oficina	\$ 1.566,00
Equipos de Oficina	\$ 5.746,00
Maquinarias y Equipos	\$ 22.724,90
Total Activos Fijos	\$ 30.036,90
Total Activos Corrientes	\$ 25.876,81
Total Activos Diferidos	\$ 12.336,00
Total Inversión Inicial	\$ 68.249,71

Elaborado por: La Autora.

Fuente: Investigación

7.1.1. Tipo de Inversión

La empresa utiliza diferentes tipos de inversión como Fija, Diferida y Corriente y esto se extenderá en los próximos incisos.

7.1.1.1. Fija

La inversión fija del negocio es la que necesitamos para empezar a funcionar con una buena estructura, dando una excelente presencia corporativa y necesitaremos muebles de oficina, equipos de oficina y las maquinas necesarias para el uso de los niños. A Continuación se muestra el detalle de los equipos necesarios:

Tabla 26 Inversión Fija

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UN GIMNASIO QUE PROMUEVA EL DESARROLLO DE HABILIDADES FÍSICAS PARA NIÑOS EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

Muebles de Oficina			\$ 1.566,00
Escritorios	3	\$ 220,00	\$ 660,00
Sillas gerencial	1	\$ 100,50	\$ 100,50
Sillas comunes	6	\$ 55,25	\$ 331,50
Locker Metálico	2	\$ 150,00	\$ 300,00
Banco Madera	10	\$ 3,50	\$ 35,00
Juego de Sala	1	\$ 139,00	\$ 139,00
Equipos de Oficina			\$ 5.746,00
Equipo de Sonido	1	\$ 379,00	\$ 379,00
Plasmas	4	\$ 890,00	\$ 3.560,00
Computadoras	3	\$ 450,00	\$ 1.350,00
Impresoras	2	\$ 89,00	\$ 178,00
Teléfonos	1	\$ 48,00	\$ 48,00
Archivadores	3	\$ 77,00	\$ 231,00
Maquinarias y Equipos			\$ 22.724,90
Bicicleta Estatica infantil	2	\$ 579,11	\$ 1.158,21
Cinta de Correr Infantil	2	\$ 579,11	\$ 1.158,21
Remo Infantil	2	\$ 579,11	\$ 1.158,21
Strepper Infantil	2	\$ 579,11	\$ 1.158,21
Bicicleta Air Elliptic Junior	2	\$ 952,24	\$ 1.904,48
Eliptica Air Junior	2	\$ 1.017,91	\$ 2.035,83
Set Fitness Junior1	2	\$ 1.610,31	\$ 3.220,61
Press de Hombro Junior	2	\$ 798,51	\$ 1.597,02
Butterfly Pecho Junior	2	\$ 798,51	\$ 1.597,02
Biceps/Triceps Junior	2	\$ 789,93	\$ 1.579,85
Extensor de Cuadriceps Junior	2	\$ 798,51	\$ 1.597,02
Set Fitness Junior 2	2	\$ 2.049,11	\$ 4.098,23
Set Multijuegos	1	\$ 180,00	\$ 180,00
Futbolin Mini	1	\$ 120,00	\$ 120,00
Colchonetas tipo ludoteca	1	\$ 22,00	\$ 22,00
Gimnasio Metalico con piscina de pelotas	1	\$ 100,00	\$ 100,00
Juego de pelotas pequeños	1	\$ 40,00	\$ 40,00
Total			\$ 30.036,90

Elaborado por: La Autora.

Fuente: Investigación

7.1.1.2. Diferida

Esta inversión se la realiza para reflejar los activos intangibles de la compañía:

Tabla 27 Inversión Diferida

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UN GIMNASIO QUE PROMUEVA EL DESARROLLO DE HABILIDADES FÍSICAS PARA NIÑOS EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

Activos Diferidos	Cantidad	Total	
Gastos de Constitución		\$ 1.436,00	% de Amortización
Permiso de Bomberos	1	\$ 80,00	20%
Permiso Municipales	1	\$ 200,00	20%
Permisos de Salud	1	\$ 40,00	20%
Registro de Marca	1	\$ 116,00	20%
Constitución de la Empresa	1	\$ 1.000,00	20%
Gastos del Local		\$ 2.600,00	
Deposito en Garantia	1	\$ 800,00	20%
Adecuación del Local	1	\$ 1.800,00	20%
Gastos por Seguros		\$ 3.300,00	
Robo	12	\$ 3.300,00	20%
Total Gastos por Seguro		\$ 5.000,00	
Gastos de Marketing Pre - Operativo		\$ 5.000,00	
Publicidad lanzamiento	1	\$ 5.000,00	20%
Total Activo Diferido		\$ 12.336,00	

Elaborado por: La Autora.

Fuente: Investigación

7.1.1.3. Corriente

La empresa en su inversión corriente demuestra los costos operativos en los que influirá de manera diario y que para el proyecto se utilizará 3 meses de estos gastos para tomarlos como capital de trabajo, donde se toman los gastos administrativos y gastos de publicidad.

Tabla 28 Inversión Corriente

Activo Corriente	Cantidad	Mensual	Total
Capital de trabajo			
Gastos Administrativos	3	\$ 7.604,69	\$ 22.814,06
Gastos de Publicidad	3	\$ 1.020,92	\$ 3.062,75
Total de capital de trabajo			\$ 25.876,81

Elaborado por: La Autora.

Fuente: Investigación

7.1.2. Financiamiento de la Inversión

Se indicará la forma que la empresa usará para financiar el proyecto.

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UN GIMNASIO QUE PROMUEVA EL DESARROLLO DE HABILIDADES FÍSICAS PARA NIÑOS EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

7.1.2.1. Fuentes de Financiamiento

La empresa tomará una forma de financiamiento entre los accionistas que serán responsables del 30% de la inversión inicial y el 70% se realizará un préstamo al banco Pichincha. Los accionistas se dividirán el valor sobre el porcentaje de acciones.

Tabla 29 Fuentes de Financiamiento

		Socio 1	Socio 2	Socio 3
		50%	25%	25%
Inversión inicial	\$ 68.249,71			
30%	\$ 20.474,91			
70%	\$ 47.774,80			
Cantidad		\$ 10.237,46	\$ 5.118,73	\$ 5.118,73
Acciones		2000	500	500

Elaborado por: La Autora.

Fuente: Investigación.

7.1.2.2. Tabla de Amortización

El préstamo que se realizó es de \$20.474,91 al Banco Pichincha que trabaja con una tasa de interés del 11,20% anual y se va hacer 10 pagos en 5 años, lo que indica que se cancelará dos pagos en el año una en Junio y otra en Diciembre.

La tabla de amortización se la muestra:

Tabla 30 Préstamo Bancario.

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UN GIMNASIO QUE PROMUEVA EL DESARROLLO DE HABILIDADES FÍSICAS PARA NIÑOS EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

Año	Semestre	Pago	Interes	Abono Capital	Saldo
0					\$ 47.774,7976
1	1	\$ (6.368,6127727)	\$ 2.675,39	\$ 3.693,22	\$ 44.081,573519
	2	\$ (6.368,6127727)	\$ 2.468,57	\$ 3.900,04	\$ 40.181,528864
2	3	\$ (6.368,6127727)	\$ 2.250,17	\$ 4.118,45	\$ 36.063,081708
	4	\$ (6.368,6127727)	\$ 2.019,53	\$ 4.349,08	\$ 31.714,001510
3	5	\$ (6.368,6127727)	\$ 1.775,98	\$ 4.592,63	\$ 27.121,372822
	6	\$ (6.368,6127727)	\$ 1.518,80	\$ 4.849,82	\$ 22.271,556928
4	7	\$ (6.368,6127727)	\$ 1.247,21	\$ 5.121,41	\$ 17.150,151343
	8	\$ (6.368,6127727)	\$ 960,41	\$ 5.408,20	\$ 11.741,95
5		\$ (6.368,6127727)	\$ 657,55	\$ 5.711,06	\$ 6.030,88
		\$ (6.368,6127727)	\$ 337,73	\$ 6.030,88	\$ 0,00

Elaborado por: La Autora.

Fuente: Investigación.

Tabla 31 Amortización

AÑO	Capital	Interes
1	\$ 7.593,27	\$ 5.143,96
2	\$ 8.467,53	\$ 4.269,70
3	\$ 9.442,44	\$ 3.294,78
4	\$ 10.529,61	\$ 2.207,62
5	\$ 11.741,95	\$ 995,28

Elaborado por: La Autora.

Fuente: Investigación.

7.1.3. Cronograma de Inversiones

Desarrollo de actividades por parte de los inversionistas:

Tabla 32 Cronograma de Inversiones.

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UN GIMNASIO QUE PROMUEVA EL DESARROLLO DE HABILIDADES FÍSICAS PARA NIÑOS EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

Cronograma de Inversiones	
Actividades	Costos
Permisos de Funcionamiento	\$ 320,00
Constitución de la empresa	\$ 1.000,00
Marketing Previo al lanzamiento	\$ 5.000,00
Depósito de alquiler del local	\$ 800,00
Adecuación del Local	\$ 1.800,00
Registro IEPI	\$ 116,00
Muebles de Oficina	\$ 1.566,00
Equipos de Oficina	\$ 5.746,00
Maquinarias	\$ 22.724,90
Seguro de Robo	\$ 3.300,00
Capital de Trabajo	\$ 25.876,81
Total	\$ 68.249,71

Elaborado por: La Autora.

Fuente: Investigación.

7.2. Análisis de Costos

Los costos de la empresa se presentarán en los siguientes incisos:

7.2.1. Costos Fijos

Los costos fijos del negocio estarán centrados en los Gastos de publicidad que son: Flyers, Tarjetas de presentación, Banners entre otros y en los Gastos Administrativos donde se toma el rubro de salarios, seguro, suministros de oficina y varios. Todos los gastos tendrán un incremento del 3% anual correspondiente a su año anterior. En el siguiente [Anexo 4](#) se podrá visualizar los costos fijos de los 5 años de proyecto.

Tabla 33 Costos Fijos

Gasto de publicidad	
Descripción	Costo Mensual
Banner	\$ 150,00
Mantenimiento de sitio web	\$ 23,33
Google adwords	\$ 4,17
Flyers	\$ 10,08
Obsequio para usuario	\$ 25,00
Publicación en Universo	\$ 800,00
Tarjetas de presentación	\$ 8,33
Total	\$ 1.020,92

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UN GIMNASIO QUE PROMUEVA EL DESARROLLO DE HABILIDADES FÍSICAS PARA NIÑOS EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

Elaborado por: La Autora.

Gastos Administrativos	Mensual
Descripción	Valores
Salarios y Beneficios	\$ 5.949,69
Gastos Seguro	\$ 275,00
Gasto de Alquiler	\$ 800,00
Servicios Básicos	\$ 350,00
Suministros de Oficina	\$ 50,00
Suministros Varios	\$ 30,00
Gastos de Mantenimiento	\$ 150,00
Total Gastos Administrativos	\$ 7.604,69

Fuente: Investigación.

La información que detalla Salarios y Beneficios es donde incurrimos más gastos ya que somos una empresa de servicio y nuestro gastos más fuerte se refleja en este rubro, detallando que la empresa cuenta con un gerente general, un administrador financiero, 1 nutricionista, 2 instructores y un pediatra. La tasa que se utiliza para el incremento de los sueldo es del 8%.

7.2.2. Costos Variables

La empresa solo tendrá un costo variable que serán los uniformes que se entregaron a los infantes en el momento que se inscriban en el cursos. El porcentaje de incremento anual por costo unitario será de 2.99% que es el porcentaje de inflación. Iniciaremos con el valor de \$ 5.80 por uniforme.

Tabla 34 Costos Variable

Incremento de costo de venta	AÑO 1 AÑO 2 AÑO 3 AÑO 4 AÑO 5					
	Uniformes					
CV	\$ 5,80	\$ 5,80	\$ 5,97	\$ 6,57	\$ 6,77	\$ 6,97
2,99%	\$ 5,80	\$ 5,80	\$ 5,97	\$ 6,57	\$ 6,77	\$ 6,97

Elaborado por: La Autora.

Fuente: Investigación.

7.2.3. Costos de Producción

No incurriremos en este inciso.

7.3. Capital de Trabajo

Los rubros para tomar en cuenta en el capital de trabajo son los Gastos administrativos y los de publicidad esto suma un total de \$25.876,71.

7.3.1. Costos de Operación

Este inciso no se tomará para el proyecto ya que no creamos ningún tipo de producto y entregamos un servicio.

7.3.2. Costos Administrativos

Estos costos ya se los detallo en el inciso 7.2.1. (Costos Fijos).

7.3.3. Costos de Ventas

Los costos de anuales serán los siguientes, los costos unitarios se ven en el inciso 7.2.2. (Costos Variables):

Tabla 35 Costos de Ventas Anuales.

Costo de Ventas	\$ 17.817,60	\$ 19.497,24	\$ 22.708,55	\$ 24.686,85	\$ 26.227,88
-----------------	--------------	--------------	--------------	--------------	--------------

Elaborado por: La Autora.

Fuente: Investigación.

7.3.4. Costos Financieros

Los costos financieros en los cuales la empresa incurrió es por haber adquirido el préstamo de \$47.774.79 al banco Pichincha, en la siguiente tabla se detalla los intereses anuales que se cancelará por dicho préstamo:

Tabla 36 Costos Financiero

Gastos Financiero	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Interes del préstamo	\$ 5.143,96	\$ 4.269,70	\$ 3.294,78	\$ 2.207,62	\$ 995,28
Total Gastos Financiero	\$ 5.143,96	\$ 4.269,70	\$ 3.294,78	\$ 2.207,62	\$ 995,28

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UN GIMNASIO QUE PROMUEVA EL DESARROLLO DE HABILIDADES FÍSICAS PARA NIÑOS EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

Elaborado por: La Autora.

Fuente: Investigación.

7.4. Análisis de Variables Críticas

Análisis del precio y costo del servicio que se brindará.

7.4.1. Determinación del Precio: Mark Up y Márgenes.

La empresa estableció un precio y costo con estos valores podremos obtener el Mark Up y el margen.

Tabla 37 Precio, Mark Up y Margen.

Servicio	Precio	Costo de Venta	Mark up	% Mark up
Inscripción de Gimnasio	\$ 48,00	\$ 5,80	\$ 42,20	87,92%

Elaborado por: La Autora.

Fuente: Investigación.

7.4.2. Proyección de Costos e Ingresos en función de la proyección de Ventas

La tabla que se mostrará a continuación será de las ventas y costo de ventas en una proyección de 5 años de operación:

Tabla 38 Proyección de Ventas y Costos de Venta.

Periodos	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ingresos					
Ventas Netas	\$ 147.456,00	\$ 172.339,20	\$ 200.724,48	\$ 233.063,42	\$ 264.465,65
Costo de Ventas	\$ 17.817,60	\$ 19.497,24	\$ 22.708,55	\$ 24.686,85	\$ 26.227,88
Utilidad Bruta	\$ 129.638,40	\$ 152.841,96	\$ 178.015,93	\$ 208.376,58	\$ 238.237,78

Elaborado por: La Autora.

Fuente: Investigación.

7.4.3. Determinación del Punto Óptimo de Producción por medio de análisis marginales.

No aplica para el negocio ya que no producimos productos.

7.4.4. Análisis de Punto de Equilibrio

La empresa para no ganar ni perder, debe de establecer su punto de equilibrio para conocer cuantas inscripciones debe de tener para cubrir sus gastos, con la siguiente formula:

$$Pe = \frac{\text{Unidades}}{\text{Costos Fijos}} \div \text{Contribución Marginal} \qquad Pe = \frac{\text{Dólares}}{\text{Costos Fijos}} \div \% \text{Contribución Marginal}$$

Tabla 39 Punto de Equilibrio

Punto de Equilibrio en Dólares		Punto de Equilibrio Unidades	
Costos Fijos	\$ 103.507,24	Costos Fijos	\$ 103.507,24
% Mark Up	87,92%	Mark Up	42,2
PE	\$ 117.733,35	Pe	2453

Elaborado por: La Autora.

Fuente: Investigación.

La empresa debe de atender al año 2453 infantes en el gimnasio y tener un ingreso de \$117.733,35 para cubrir todos sus costos.

7.4.5. Análisis de Punto de Cierre

El punto de cierre de FitnessFunny necesita para cubrir los gastos que una salida de dinero es de \$ 110.338,79 para estar en un punto cero o bien sea brindar el servicio a 2300 niños en el año. A continuación se muestra el detalle:

Tabla 40 Punto de Cierre.

Punto de Equilibrio en Dólares		Punto de Equilibrio Unidades	
Costos Fijos	\$ 103.507,24	Costos Fijos	\$ 103.507,24
Gastos no erogables	\$ 6.457,09	Gastos no erogables	\$ 6.457,09
% Mark Up	87,92%	Mark Up	42,2
PE	\$ 110.388,79	Pe	2300

Elaborado por: La Autora.

Fuente: Investigación.

7.5. Entorno Fiscal de la Empresa

7.5.1. Planificación Tributaria

7.5.1.1. Generalidades

Las compañías que se constituyen dentro del territorio Ecuatoriano tienen la obligación de pagar los impuestos regidos bajo la ley del régimen tributario interno. Actualmente el gobierno busca que todos los empresarios se mantengan al día con sus pagos de contribuyente y evitar no cancelar los impuestos.

7.5.1.2. Minimización de la carga fiscal

La compañía tendrá la obligación de cancelar todos los gastos, adjuntando la depreciación de los activos y la amortización de los activos diferidos para minimizar los pagos de impuesto y así poder reducir las ganancias.

7.5.1.3. Impuesto a la Renta

La compañía estará en la obligación de cancelar el impuesto a la renta que es de 22% a partir del 2012 ya que antes regía otros porcentaje según el Servicio de Rentas internas.

Tabla 41 Impuesto a la Renta

Utilidad antes del I.	\$ 14.530,11	\$ 20.987,77	\$ 40.220,02	\$ 64.313,15	\$ 87.549,00
Impuesto a la Renta	\$ 3.196,62	\$ 4.617,31	\$ 8.848,40	\$ 14.148,89	\$ 19.260,78

Elaborado por: La Autora.

Fuente: Investigación.

7.5.1.4. Impuesto al Valor Agregado

FitnessFunny a sus clientes se les cobrará el 12% sobre el precio de venta como lo dispone la ley de régimen Tributario, el valor no se muestra en los Estados Financieros ya que las compañías actúan como agentes de retención del estado, todos los impuestos son entregados al estado en su totalidad.

7.5.1.5. Impuestos a los Consumos Especiales

Este inciso no aplica debido a que este tipo de negocio no se encuentra detallado en la tabla de impuestos de consumos especiales que se establece en el art. 82 de la Ley del Régimen Tributario Interno.

7.5.1.6. Impuestos, Tasas y Contribuciones Municipales

Se detalla las tasas municipales que el negocio utilizará, son las siguientes:

- Permiso de bomberos (una tasa establecida de acuerdo al negocio y a las medidas del establecimiento)
- Tasa de habilitación (el dueño del local dispone de la tasa)
- Certificado del uso del suelo (el dueño del establecimiento proveerá este certificado)
- Registro de patente municipal (una vez pagado el permiso de bomberos)
- Impuesto predial.

7.5.1.7. Impuestos al Comercio Exterior

La compañía no exportará por lo tanto no incide en este inciso.

7.5.1.8. Impuestos a las Herencias Legados y Donaciones

No aplica ya que sus ingresos son de los accionistas y por préstamo, no existe ingreso por herencias.

7.5.1.9. Impuestos a la Salida de Divisas

No realizaremos pago de divisas que es de 5% por lo cual no es válido para este tipo de negocio.

7.5.1.10. Impuestos a los Vehículos Motorizados

FitnessFunny no hizo compra de vehículo por lo cual no existe tal impuesto para la empresa.

7.5.1.11. Impuestos a las Tierras Rurales

La empresa no tendrá posesión de tierra por lo cual no se podrá cancelar este rubro que indica que es mayor a 25 hectáreas del sector rural, por lo cual no se aplicará.

7.6. Estados Financieros proyectados

7.6.1. Balance General Inicial

El balance General inicial de FitnessFunny se muestra a continuación en la siguiente tabla:

Tabla 42 Balance General Inicial

AÑO 0	
Activo	Pasivo
Activos Corrientes	Pasivo a Largo Plazo
Caja - Bancos	
\$ 25.876,81	
Total Activo Corriente	
Activos Fijos	
\$ 30.036,90	Préstamo Bancario
Equipo de Oficinas	\$ 47.774,80
\$ 5.746,00	
Muebles de Oficina	Total Pasivo
\$ 1.566,00	\$ 47.774,80
Maquinas / Equipos	
22724,90089	Patrimonio
	Capital Social
Activos Diferidos	\$ 20.474,91
Gastos de Pre- Operación	
\$ 12.336,00	Total Patrimonio
Total Activo Diferido	\$ 20.474,91
\$ 68.249,71	Total Pasivo + Patrimonio
Total Activos	\$ 68.249,71

Elaborado por: La Autora.

Fuente: Investigación.

7.6.2. Estado de Pérdidas y Ganancias

Se detallará el estado de resultado en proyección a 5 años para observar los cambios y el valor neto de la compañía y las operaciones de acuerdo al incremento de cada año.

Tabla 43 Estado de Pérdida y Ganancias

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UN GIMNASIO QUE PROMUEVA EL DESARROLLO DE HABILIDADES FÍSICAS PARA NIÑOS EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

Periodos	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ingresos					
Ventas Netas	\$ 147.456,00	\$ 172.339,20	\$ 200.724,48	\$ 233.063,42	\$ 264.465,65
Costo de Ventas	\$ 17.817,60	\$ 19.497,24	\$ 22.708,55	\$ 24.686,85	\$ 26.227,88
Utilidad Bruta	\$ 129.638,40	\$ 152.841,96	\$ 178.015,93	\$ 208.376,58	\$ 238.237,78
Gastos Operacionales					
Gastos Administrativos	\$ 91.256,24	\$ 104.805,14	\$ 107.949,29	\$ 111.187,77	\$ 114.523,41
Gasto de depreciación	\$ 3.989,89	\$ 3.989,89	\$ 3.989,89	\$ 3.464,46	\$ 3.464,46
Amortización	\$ 2.467,20	\$ 2.467,20	\$ 2.467,20	\$ 2.467,20	\$ 2.467,20
Gastos de Publicidad	\$ 12.251,00	\$ 12.618,53	\$ 12.997,09	\$ 13.387,00	\$ 13.788,61
Total de Gastos de Operación	\$ 109.964,33	\$ 123.880,76	\$ 127.403,47	\$ 130.506,43	\$ 134.243,67
Utilidad Operativa	\$ 19.674,07	\$ 28.961,19	\$ 50.612,45	\$ 77.870,15	\$ 103.994,11
Gastos Financieros	\$ 5.143,96	\$ 4.269,70	\$ 3.294,78	\$ 2.207,62	\$ 995,28
Utilidad antes I.I	\$ 14.530,11	\$ 24.691,50	\$ 47.317,67	\$ 75.662,53	\$ 102.998,83
Participaciones Utilidades	\$ -	\$ 3.703,72	\$ 7.097,65	\$ 11.349,38	\$ 15.449,82
Utilidad antes del I.	\$ 14.530,11	\$ 20.987,77	\$ 40.220,02	\$ 64.313,15	\$ 87.549,00
Impuesto a la Renta	\$ 3.196,62	\$ 4.617,31	\$ 8.848,40	\$ 14.148,89	\$ 19.260,78
Utilidad Neta	\$ 11.333,48	\$ 16.370,46	\$ 31.371,62	\$ 50.164,26	\$ 68.288,22

Elaborado por: La Autora.

Fuente: Investigación.

7.6.2.1. Flujo de Caja Proyectado

Se demuestra los pagos reales y cuanto le queda en ganancia para evaluar el negocio y ver la efectividad, se refleja a continuación:

Tabla 44 Flujo de Caja

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UN GIMNASIO QUE PROMUEVA EL DESARROLLO DE HABILIDADES FÍSICAS PARA NIÑOS EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

Periodos	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ingresos Operacionales						
Venta		\$ 147.456,00	\$ 172.339,20	\$ 200.724,48	\$ 233.063,42	\$ 264.465,65
Egresos Operacionales						
Costos Operativos		\$ 17.817,60	\$ 19.497,24	\$ 22.708,55	\$ 24.686,85	\$ 26.227,88
Gastos Administrativo		\$ 91.256,24	\$ 104.805,14	\$ 107.949,29	\$ 111.187,77	\$ 114.523,41
Gastos de Publicidad		\$ 12.251,00	\$ 12.618,53	\$ 12.997,09	\$ 13.387,00	\$ 13.788,61
Total Egreso Operacionales		\$ 121.324,84	\$ 136.920,91	\$ 143.654,93	\$ 149.261,62	\$ 154.539,89
Flujo Operacional		\$ 26.131,16	\$ 35.418,29	\$ 57.069,55	\$ 83.801,81	\$ 109.925,76
Ingresos No Operacionales						
Fondos Propios	\$ 20.474,91					
Préstamo Bancario	\$ 47.774,80					
Total	\$ 68.249,71					
Egresos No operacionales						
Inversión Fija	\$ 30.036,90					
Inversión Diferida	\$ 12.336,00					
Inversión Corriente	\$ -					
Pago Capital Préstamo		\$ 7.593,27	\$ 8.467,53	\$ 9.442,44	\$ 10.529,61	\$ 11.741,95
Pago Intereses Préstamo		\$ 5.143,96	\$ 4.269,70	\$ 3.294,78	\$ 2.207,62	\$ 995,28
Participación de Utilidades		\$ -	\$ 3.703,72	\$ 7.097,65	\$ 11.349,38	\$ 15.449,82
Impuesto a la renta		\$ 3.196,62	\$ 4.617,31	\$ 8.848,40	\$ 14.148,89	\$ 19.260,78
Total	\$ 42.372,90	\$ 15.933,85	\$ 21.058,26	\$ 28.683,28	\$ 38.235,50	\$ 47.447,83
Flujo No Operacional		\$ (15.933,85)	\$ (21.058,26)	\$ (28.683,28)	\$ (38.235,50)	\$ (47.447,83)
Flujo de Caja Neto	\$ (42.372,90)	\$ 10.197,31	\$ 14.360,03	\$ 28.386,27	\$ 45.566,31	\$ 62.477,93
Flujo de Caja Acumulado		\$ 10.197,31	\$ 24.557,34	\$ 52.943,61	\$ 98.509,91	\$ 160.987,84

Elaborado por: La Autora.

Fuente: Investigación.

7.6.2.1.1. Indicadores de Rentabilidad y Costo del Capital

7.6.2.1.1.1.TMAR

La tasa requerida mínima para el proyecto es de 9,39%, detalle de la obtención de dicha tasa:

Tabla 45TMAR

CA	30%
P	70%
COP	13,96%
I	11,20%
TI	33,70%
TMAR	9,39%

Elaborado por: La Autora.

Fuente: Investigación.

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UN GIMNASIO QUE PROMUEVA EL DESARROLLO DE HABILIDADES FÍSICAS PARA NIÑOS EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

7.6.2.1.1.2.VAN

La compañía tendrá en su valor actual neto, utilizando sus flujos de efectivos netos y esto arroja \$79.473,67.

7.6.2.1.1.3.TIR

La tasa interna requerida en este negocio es del 48% la cual supera la tasa mínima requerida que es de 9,39%.

7.6.2.1.1.4.PAYBACK

FitnessFunny muestra un lapso de 3 años para recuperar la inversión inicial. La tabla completa se la mostrará en el [Anexo 5](#).

7.7. Análisis de Sensibilidad Multivariable o de Escenarios Múltiples

7.7.2. Productividad

La empresa no tomará este inciso debido a que no somos una empresa productora, ya que ofrecemos servicios.

7.7.3. Precio Mercado Local

Para analizar el escenario se presenta una variación de +/- 10% en los precios proyectados de la empresa:

Tabla 46 Análisis de sensibilidad sobre las unidades vendidas

Resumen de escenario				
	Valores actuales:	POSITIVO	NEGATIVO	STANDAR
Celdas cambiantes:				
Precio		0,1	-0,1	0
Celdas de resultado:				
VAN	\$ 79.473,67	\$ 88.987,09	\$ 79.531,82	\$ 79.473,67
TIR	48%	51%	48%	48%

Elaborado por: La Autora.

Fuente: Investigación.

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UN GIMNASIO QUE PROMUEVA EL DESARROLLO DE HABILIDADES FÍSICAS PARA NIÑOS EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

7.7.4. Precio Mercado Externo

La se aplicará ya que la empresa no exportará sus servicios.

7.7.5. Costo de Materia Prima

No aplica ya que no se realizan procesos productivos.

7.7.6. Costo de Materiales Indirectos

Este literal no es tomado en cuenta por no realizar procesos productivos.

7.7.7. Costo de Suministros y Servicios

Los costos se detallan dentro de los gastos administrativos, que se encuentra en el inciso 7.7.9.

7.7.8. Costo de Mano de Obra Directa

La empresa tomará este inciso ya que la mano de obra corresponde a los sueldos que cada empleado tiene en la empresa y es el rubro más fuerte en lo que corresponde los valores de la empresa.

Tabla 47 Análisis sensibilidad sueldos

Resumen de escenario				
	Valores actuales:	POSITIVO	NEGATIVO	STANDAR
Celdas cambiantes:				
Sueldo		0,1	-0,1	0
Celdas de resultado:				
VAN	\$ 79.473,67	\$ 78.205,45	\$ 80.741,89	\$ 79.473,67
TIR	48%	47%	48%	48%

Elaborado por: La Autora.

Fuente: Investigación.

7.7.9. Costo de Mano de Obra Indirecta

No se incurrirá ya que la empresa no fabrica productos.

7.7.10. Gastos Administrativos

En este escenario se analizará los gastos administrativos con una variación de +/-10% en la empresa:

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UN GIMNASIO QUE PROMUEVA EL DESARROLLO DE HABILIDADES FÍSICAS PARA NIÑOS EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

Tabla 48 Análisis de sensibilidad sobre gastos administrativos

Resumen de escenario				
	Valores actuales:	POSITIVO	NEGATIVO	STANDAR
Celdas cambiantes:				
Gasto Administrativo		0,1	-0,1	0
Celdas de resultado:				
VAN	\$ 79.473,67	\$ 79.849,67	\$ 79.102,67	\$ 79.473,67
TIR	48%	48%	48%	48%

Elaborado por: La Autora.

Fuente: Investigación.

7.7.11. Gastos de Ventas

La empresa en gastos de ventas también tiene un rubro importante de desembolso, se presenta la siguiente tabla con una variación del +/-10%:

Elaborado por: La Autora.

Resumen de escenario				
	Valores actuales:	POSITIVO	NEGATIVO	STANDAR
Celdas cambiantes:				
Gasto de Venta		0,1	-0,1	0
Celdas de resultado:				
VAN	\$ 79.473,67	\$ 78.467,70	\$ 80.475,29	\$ 79.473,67
TIR	48%	47%	48%	48%

Fuente: Investigación.

7.7.12. Inversión en Activos Fijos

Esta variable no se va a tomar en cuenta ya que se mantendrá con la misma cantidad de activos y no habrá ninguna variación.

7.7.13. Tasa de interés promedio (puntos porcentuales)

En este literal se dará a conocer que se trabajó con el (11,20%), con los escenarios de +/-10%.

Tabla 49 Análisis sensibilidad tasa de interés

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UN GIMNASIO QUE PROMUEVA EL DESARROLLO DE HABILIDADES FÍSICAS PARA NIÑOS EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

Elaborado por: La Autora.

Resumen de escenario				
	Valores actuales:	POSITIVO	NEGATIVO	STANDAR
Celdas cambiantes:				
Interés		0,1	-0,1	0
Celdas de resultado:				
VAN	\$ 79.473,67	\$ 76.414,10	\$ 82.601,46	\$ 79.473,67
TIR	48%	47%	48%	48%

Fuente: Investigación.

7.8. Balance General

El balance general proyectado para 5 años muestra el inicio y el final de cada periodo y se lo muestra en la siguiente tabla:

Tabla 50 Balance general

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UN GIMNASIO QUE PROMUEVA EL DESARROLLO DE HABILIDADES FÍSICAS PARA NIÑOS EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

BALANCE GENERAL FINAL						
Activo	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Activos Corrientes						
Caja - Bancos	\$ 25.876,81	\$ 36.074,12	\$ 50.434,15	\$ 78.820,42	\$ 124.386,72	\$ 186.864,65
Total Activo Corriente	\$ 25.876,81	\$ 36.074,12	\$ 50.434,15	\$ 78.820,42	\$ 124.386,72	\$ 186.864,65
Activos Fijos						
Equipo de Oficinas	\$ 5.746,00	\$ 5.746,00	\$ 5.746,00	\$ 5.746,00	\$ 5.746,00	\$ 5.746,00
Muebles de Oficina	\$ 1.566,00	\$ 1.566,00	\$ 1.566,00	\$ 1.566,00	\$ 1.566,00	\$ 1.566,00
Maquinas / Equipos	\$ 22.724,90	\$ 22.724,90	\$ 22.724,90	\$ 22.724,90	\$ 22.724,90	\$ 22.724,90
(-) Depreciación	\$ -	\$ 3.989,89	\$ 7.979,79	\$ 11.969,68	\$ 15.434,14	\$ 18.898,60
Total de Activos Fijos	\$ 30.036,90	\$ 26.047,01	\$ 22.057,11	\$ 18.067,22	\$ 14.602,76	\$ 11.138,31
Activos Diferidos						
Gastos de Pre- Operación	\$ 12.336,00	\$ 12.336,00	\$ 12.336,00	\$ 12.336,00	\$ 12.336,00	\$ 12.336,00
(-) Amortización	0	\$ 2.467,20	\$ 4.934,40	\$ 7.401,60	\$ 9.868,80	\$ 12.336,00
Total Activo Diferido	\$ 12.336,00	\$ 9.868,80	\$ 7.401,60	\$ 4.934,40	\$ 2.467,20	\$ -
Total Activos	\$ 68.249,71	\$ 71.989,93	\$ 79.892,86	\$ 101.822,03	\$ 141.456,68	\$ 198.002,96
Pasivo						
Pasivo a Largo Plazo						
Préstamo Bancario	\$ 47.774,80	\$ 40.181,53	\$ 31.714,00	\$ 22.271,56	\$ 11.741,95	\$ -
Total Pasivo	\$ 47.774,80	\$ 40.181,53	\$ 31.714,00	\$ 22.271,56	\$ 11.741,95	\$ -
Patrimonio						
Capital Social	\$ 20.474,91	\$ 20.474,91	\$ 20.474,91	\$ 20.474,91	\$ 20.474,91	\$ 20.474,91
Utilidad del Ejercicio	0	\$ 11.333,48	\$ 16.370,46	\$ 31.371,62	\$ 50.164,26	\$ 68.288,22
Utilidades Retenidas	0	0	\$ 11.333,48	\$ 27.703,95	\$ 59.075,56	\$ 109.239,82
Total Patrimonio	\$ 20.474,91	\$ 31.808,40	\$ 48.178,86	\$ 79.550,48	\$ 129.714,74	\$ 198.002,96
Total Pasivo + Patrimonio	\$ 68.249,71	\$ 71.989,93	\$ 79.892,86	\$ 101.822,03	\$ 141.456,68	\$ 198.002,96

Elaborado por: La Autora.

Fuente: Investigación.

7.8.2. Razones Financieras

Son los ratios para analizar de forma completa la empresa, observando sus estados financieros para poder realizar las diferentes razones financieras.

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UN GIMNASIO QUE PROMUEVA EL DESARROLLO DE HABILIDADES FÍSICAS PARA NIÑOS EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

7.8.2.1. Liquidez

La empresa solo puede realizar la razón de liquidez ya que solo contamos con el rubro de cuenta por pagar, por el prestamos realizado al banco, por ende los demás no serán utilizados.

Tabla 51 Ratios de liquidez

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Promedio
Capital de Trabajo	\$ (4.107,41)	\$ 18.720,15	\$ 56.548,86	\$ 112.644,77	\$ 186.864,65	\$ 74.134,21

Elaborado por: La Autora.

Fuente: Investigación.

7.8.2.2. Gestión

Tabla 52 Gestión

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Promedio
Gestión	2,05	2,16	1,97	1,65	1,34	1,83

Elaborado por: La Autora.

Fuente: Investigación.

7.8.2.3. Endeudamiento

Tabla 53 Endeudamiento

Endeudamiento	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Promedio
Nivel de Endeudamiento	56%	40%	22%	8%	0%	25%

Elaborado por: La Autora.

Fuente: Investigación.

7.8.2.4. Rentabilidad

Tabla 54 Rentabilidad

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UN GIMNASIO QUE PROMUEVA EL DESARROLLO DE HABILIDADES FÍSICAS PARA NIÑOS EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

RENTABILIDAD

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Promedio
Margen de Utilidad Neta	8%	9%	16%	22%	26%	16%
Margen de Utilidad Bruta	88%	89%	89%	89%	90%	89%
Margen de Utilidad Operativa	13%	17%	25%	33%	39%	26%
ROA	16%	20%	31%	35%	34%	27%
ROE	36%	34%	39%	39%	34%	36%

Elaborado por: La Autora.

Fuente: Investigación.

7.9. Conclusión Financiera

Analizando el estudio de los flujos financieros se llega a la conclusión de que la empresa es rentable ya que posee una TIR del 48% lo que indica que es mayor a la tasa aceptable requerida y su van es de \$79.473,67, realizando los diferentes escenarios de variables con un +/-10% la empresa tiene una tasa de retorno interna considerable entre el rango establecido.

En conclusión sus ratios financieros reflejan resultados convenientes para que la empresa realice sus actividades comerciales ya que tendrá buenos márgenes de utilidades y sobre todo podrá cubrir los costos de funcionamiento, ya que recupera su inversión en 3 años y obtener el beneficio de las ganancias.

CAPÍTULO 8

PLAN DE CONTINGENCIA

CAPÍTULO 8

8. PLAN DE CONTINGENCIA

8.1. Plan de administración del riesgo

Posibles riesgos que la empresa podría tener se explicarán a continuación y las posibles soluciones.

8.1.1. Principales riesgos

La empresa analizará los principales riesgos que afectarán sus actividades, por lo cual se muestra lo siguiente:

Internas:

- Poca afluencia de usuarios.
- Quejas sobre el servicio.
- Problemas con los equipos.
- Inconvenientes legales con los empleados.

Externas:

- Nuevos reglamentos o leyes para empresas de servicio.
- Copia del modelo de negocio e incremento de competencia.

8.1.2. Reuniones para mitigar los riesgos

El gerente general para reducir o controlar los riesgos realizará reuniones semestrales en la cual tendrán que asistir el personal administrativo de la compañía y los accionistas, en dicho acto se expondrán la situación real que la empresa esté pasando y se buscará soluciones para prevenir dichos riesgos. En todas las secciones que se realicen se dejará constancia por escrito de todo lo mencionado para llevar controles y así poder transmitir los cambios y lograr evaluar los resultados obtenidos.

8.1.3. Tormenta de ideas (brainstorming), listas de verificación (check lists)

Esta herramienta se la tomará para poder mitigar los riesgos que pudieran presentarse en la empresa, a continuación se presenta un listado de actividades por realizar:

Internas:

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UN GIMNASIO QUE PROMUEVA EL DESARROLLO DE HABILIDADES FÍSICAS PARA NIÑOS EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

- Realizar promociones para los clientes.
- Control de cada departamento por medio de evaluaciones.
- Tener garantía de nuestros proveedores
- Llevar un registro legal de todas las remuneraciones y otros beneficios de los empleados por medio escrito.

Externas:

- Tener un formato de adaptabilidad a las posibles reformas del estado.
- Renovar el servicio para subir la calidad del servicio.

8.2. Planeación de la respuesta al riesgo

8.2.1. Monitoreo y control del riesgo

La empresa para monitorear y controlar el riesgo utilizará indicadores de satisfacción al cliente, asistencia de los usuarios, examinar anualmente el número de competidores en el mercado, la empresa deberá mantenerse al día en los informes de actualidad del país y del mundo. El supervisor financiero tendrá que informar de las ventas, de esta forma se observará la asistencia de los niños. El gerente general tiene la obligación de analizar el mercado para dar a conocer los nuevos competidores y las exigencias de los clientes, para así adaptar nuevas herramientas y satisfacer a nuestros usuarios con un servicio completo.

8.2.2. Revisiones periódicas y evaluación del riesgo

Es importante hacer revisiones periódicas por lo cual la empresa las realizará de forma semestral donde se tratará de mitigar los riesgos.

8.2.3. Reporte del riesgo

FitnessFunny tendrá los reportes de riesgo detallados y plasmados de forma escrita para ser entregados en el tiempo acordado anteriormente.

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UN GIMNASIO QUE PROMUEVA EL DESARROLLO DE HABILIDADES FÍSICAS PARA NIÑOS EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

Tabla 55 Riesgos

Descripción	Categoría	Determinación del Riesgo		(Escala)	(Escala)	Exposición	Mitigación	Responsable
		Condición	Consecuencia	Probabilidad	Impacto			
Poca afluencia de usuarios.	Cliente	Falta de promoción	Pocas inscripciones	3	5	15	Monitorear las ventas y sus fluctuaciones	Gerente General
Quejas sobre el servicio.	Consumidor	Insatisfacción del Cliente	Baja la demanda y los ingresos.	3	5	15	Evaluar al personal administrativo y la satisfacción del usuario	Gerente General
Problemas con los equipos.	Seguridad	Poco mantenimiento de equipos.	Pérdidas de Activos Fijos.	3	5	15	Realizar revisiones constantes por un técnico	Instructor
Inconvenientes legales con los empleados.	Legal	No estar al día con los pagos del SRI	Conflictos con el SRI y empleado	5	5	25	Mantenerse al día con los pagos de los beneficios a los empleados	Supervisor Financiero
Nuevos reglamentos o leyes para empresas de servicio.	Legal	Existencia en grandes cantidades de empresas de servicio y grandes ganancias	Baja la rentabilidad del negocio	5	5	25	Acatar con los reglamentos y lograr regular las leyes en el negocio	Gerente General
Copia del modelo de negocio e incremento de competidores.	Competencia	El tener barreras de baja escala y el incremento de competidor es alta.	Pérdida de usuarios	5	5	25	Renovar el servicio y mejorar la calidad para fidelizar a los usuarios	Gerente General

Elaborado por: La Autora.

Fuente: Investigación.

8.2.4. Estrategias de Salida

Como estrategia de salida la empresa optará por la venta de sus activos fijos y liquidar a la compañía ya que no cuenta con la liquidez para enfrentar sus gastos.

8.3 Plan de Contingencia y Acciones Correctivas

El plan de contingencia que la empresa creo se la trabajará de forma individual por lo cual está orientado a prevenir cada aspecto que la compañía tenga y pueda sobresalir a pesar de las circunstancias y adversidades que se presenten en el transcurso del plan de negocio, A continuación se explica en los siguientes párrafos:

- Riesgo: Poca afluencia de usuario.
- Acción correctiva: Incrementar publicidad en el sector.

- Riesgo: Quejas sobre el servicio.

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UN GIMNASIO QUE PROMUEVA EL DESARROLLO DE HABILIDADES FÍSICAS PARA NIÑOS EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

- Acción correctiva: restructuración del personal interno.

- Riesgo: Problemas con los equipos.
- Acción correctiva: Realizar los mantenimientos cada mes.

- Riesgo: Inconvenientes legales con los empleados.
- Acción correctiva: establecer el pago de beneficios en las fechas indicadas por el Estado.

- Riesgo: Nuevos reglamento o leyes para empresas de servicio.
- Acción correctiva: Correlacionar las nuevas exigencias e introducirlas en el modelo de negocio.

- Riesgo: Copia de modelos de negocio e incremento de competidores.
- Acción correctiva: Establecer una estrategia para que los cliente reconozcan nuestro servicio y por ende por prefieran, establecer promociones y descuentos.

CAPÍTULO 9

CONCLUSIONES

CAPITULO 9

CONCLUSIONES

Al desarrollar todos los capítulos del plan de negocio se puede concluir con lo siguiente:

El trabajo de titulación cumple con todos los requerimientos que exigen los entes reguladores, por lo cual se determina que el formato es viable para que se lleve a cabo y de esta forma poder generar empleos dentro del territorio ecuatoriano.

De acuerdo con el análisis financiero realizado se determinó que la tasa interna de retorno es de 48% lo cual indica que es más alta que la tasa de interés del banco y de la Tmar. También se obtuvo el tiempo de recuperación de la inversión que es de 3 años. Cabe recalcar que hasta en los escenarios más pesimistas el proyecto sigue siendo rentable.

En el análisis jurídico determino que el plan de negocios cumple con las leyes que están rigiendo en la actualidad en el país, por lo cual brinda facilidades para que se implemente este proyecto.

La propuesta de negocio tuvo un gran nivel de aceptación este punto se determina en la investigación del mercado que se realizó en el norte de la ciudad de Guayaquil.

El estudio de mercado determino que la creación de un gimnasio para niños es de un alto nivel de agrado y de concurrencia, ya que permite cubrir con las necesidades actuales de nuestro mercado meta que son los infantes, ya que los encuestado determinaron la falta de dichos centros con actividades dinámicas que suplanten algún deporte en específico. Siendo esta una vía para lograr una estilo de vida saludable.

El plan de contingencia que se determinó para prevenir de cualquier riesgo que la empresa pueda adquirir en el transcurso de los años y estar prevenida de cualquier problema.

De forma general se puede dictaminar que la propuesta de la creación de un gimnasio que promueva el desarrollo de actividades físicas para niños es atractiva ya que los complementos de estudios realizados así lo afirman con los datos obtenidos. Y también se promueva lo que indica el plan del buen vivir que es tener una excelente calidad de vida.

CAPÍTULO 10

RECOMENDACIONES

CAPÍTULO 10

RECOMENDACIONES

FitnessFunny como una empresa de servicio de gimnasio para niños deberá tener en consideración las siguientes recomendaciones:

Realizar campañas publicitarias para que el negocio sea conocido a nivel nacional ya que ese es el objetivo y lograr ser el gimnasio para niños con mayor renombre en el país.

Implementar de forma continua tecnología que logre captar la atención de los niños como software de animaciones que los niños puedan observar y sea de atracción, de esa forma el gimnasio tendrá un plus en el mercado.

Evaluar el servicio al cliente que sus empleados brindan en el proceso de impartir las rutinas a los niños ya que si reciben un buen trato los padres se sentirán cómodos con el servicio entregado.

Implementar las normas ISO, ya que eso le da a la empresa un valor agregado y los clientes se sienten confiados del servicio que se les entrega.

Implementar un medio de transporte ya que eso se obtuvo en el sondeo de mercado como una sugerencia, para que niños de diferentes sectores acudan al gimnasio con la seguridad de dirigirse al gimnasio en el transporte que la empresa brindará.

Invertir en una CRM para un mejor manejo de datos, que la empresa tenga sobre información de los niños, pagos y así facilitar la base de datos.

Analizar la probabilidad de inaugurar sucursales alrededor del país, ya que la visión de la compañía es ser líder en el mercado y no se lo logrará si solo se tiene un centro en todo Ecuador.

Monitorear las ventas para obtener información sobre cuantos usuarios se atienden y reconocer si la empresa está dirigiéndose a un incremento y sino para establecer estrategias para poder fidelizar a sus clientes, entregando un servicio de calidad.

CAPÍTULO 11

FUENTES

CAPÍTULO 11

FUENTES

Bibliografía

- Propiedad Intelectual*. (1998). Obtenido de <http://www.cetid.abogados.ec/archivos/80.pdf>
- Supercias*. (1999). Recuperado el 6 de Marzo de 2013, de http://www.supercias.gob.ec/bd_supercias/descargas/ss/LEY_DE_COMPANIAS.pdf
- Supercias*. (1999). Recuperado el 6 de julio de 2013, de http://www.supercias.gob.ec/bd_supercias/descargas/ss/LEY_DE_COMPANIAS.pdf
- Ley Orgánica de Defensa del Consumidor*. (2000). Recuperado el 6 de Marzo de 2013, de <http://www.cetid.abogados.ec/archivos/95.pdf>
- Wordreference*. (2005). Recuperado el 29 de mayo de 2013, de <http://www.wordreference.com/definicion>
- LEY ORGÁNICA DEL SISTEMA NACIONAL DE CONTRATACIÓN PÚBLICA*. (2008). Obtenido de http://www.google.com.ec/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=1&ved=0C CgQFjAA&url=http%3A%2F%2Fwww.espol.edu.ec%2Farchivo%2Ffile%2F246.doc&ei=wsbqUv_IGsXbkQeFtICoDQ&usg=AFQjCNGUJXnKNHxdtGpiY25z0YTGIsn xmA
- Mandato Constituyente n° 8*. (6 de mayo de 2008). Recuperado el 7 de julio de 2013, de https://www.google.com.ec/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=1&cad=rja&ved=0CCwQFjAA&url=http%3A%2F%2Fwww.galapagostour.org%2Findex.php%2Fen%2Fbase-legal%2Fdoc_download%2F17-mandato-constituyente-08&ei=X__YUbgHGFon09gTJrICADg&usg=AFQjCNG4n76q9ktpx2PRXn
- Senplades*. (2009). Recuperado el 14 de febrero de 2013, de <http://www.senplades.gob.ec/>
- Senplades-Plan Nacional del Buen Vivir*. (2009). Recuperado el 14 de febrero de 2013, de <http://plan.senplades.gob.ec/>
- INEC*. (2010). Recuperado el 3 de Diciembre de 2012, de <http://www.inec.gob.ec>

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UN GIMNASIO QUE PROMUEVA EL DESARROLLO DE HABILIDADES FÍSICAS PARA NIÑOS EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

- SRI*. (2010). Recuperado el 10 de octubre de 2013, de <http://www.sri.gob.ec/web/guest/167>
- UCSG - SINDE*. (2010). Recuperado el 14 de febrero de 2013, de http://www2.ucsg.edu.ec/index.php?option=com_content&view=article&id=8&Itemid=805
- Bolsa de Valores de Guayaquil*. (2011). Recuperado el 22 de agosto de 2013, de www.mundobvg.com
- (2011). *Informe de coyuntura economica N7 año 2011*. Guayaquil: Universidad Técnica Particular de Loja.
- Revista Lideres* . (2011). Recuperado el 26 de Mayo de 2013, de http://especiales.elcomercio.com/2011/11/especial_gastronomia_consumidor/05_postr-es_bebidas.html
- La Prefectura del Guayas*. (2012). Recuperado el 26 de septiembre de 2013, de <http://www.guayas.gob.ec/cantones/milagro>
- Pro Ecuador*. (2012). Recuperado el 3 de Marzo de 2013, de <http://www.proecuador.gob.ec/2013/02/13/exportaciones-de-cafe-crecieron-3-en-2012/>
- Revista El Agro*. (2012). Recuperado el 3 de Marzo de 2013, de <http://www.revistaelagro.com/2012/10/04/buenas-perspectivas-para-el-cafe-ecuatoriano/>
- Web y Empresas*. (30 de enero de 2012). Recuperado el 29 de mayo de 2013, de <http://www.webyempresas.com/la-cadena-de-valor-de-michael-porter/>
- Asamblea Nacional de la Republica del Ecuador*. (2013). Obtenido de <http://www.asambleanacional.gov.ec/2013070110104/comision-del-derecho-a-la-salud-recibira-observaciones-sobre-la-prevencion-del-cancer-y-las-reformas-a-la-ley-del-deporte.html>
- Banco Nacional del Fomento*. (2013). Recuperado el 1 de Octubre de 2013, de www.bnf.fin.ec

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UN GIMNASIO QUE PROMUEVA EL DESARROLLO DE HABILIDADES FÍSICAS PARA NIÑOS EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

EcuadorLegal. (2 de enero de 2013). Recuperado el 6 de Marzo de 2013, de <http://www.ecuadorlegalonline.com/laboral/codigo-de-trabajo/>

Prosustentable-Matriz BCG. (Junio de 2013). Recuperado el 15 de Julio de 2013, de <http://adev.prosustentable.com/asesoria/fortalecimiento-para-los-gobiernos-i/la-matriz-bcg-o-matriz-boston-consulting-group/>

Poliza de Seguro contra robo y asalto. (22 de 04 de 2014). Obtenido de <http://www.segurosinteroceanica.com/LinkClick.aspx?fileticket=BIUYaVY0bHg%3D&tabid=127>

Alianza País. (2014). *35 País*. Obtenido de <http://www.movimientoalianzapais.com.ec/>

American Academy of Children & Adolescent Psychiatry . (2014). *American Academy of Children & Adolescent Psychiatry* .Obtenido de http://www.aacap.org/aacap/Families_and_Youth/Facts_for_Families/Facts_for_Families_Pages/Spanish/La_Obesidad_en_los_Ninos_y_Adolescentes_79.aspx

Asamblea Nacional. (2008). Recuperado el 21 de agosto de 2013, de http://constituyente.asambleanacional.gov.ec/documentos/informe_mayoria_contratacion_publica.pdf

Balarezo, D., & Rodríguez, R. (2009). *WordPress*. Recuperado el 3 de Diciembre de 2012, de <http://historiacantonmilagro.wordpress.com/sintesis-historica-del-canton-milagro/>

Banco Central. (2014). *Banco Central del Ecuador*. Obtenido de <http://www.bce.fin.ec/index.php/boletines-de-prensa-archivo/item/385-la-econom%C3%ADa-ecuatoriana-tuvo-un-crecimiento-anual-de-49>

Banco Central del Ecuador . (2013). *Banco Central del Ecuador* . Recuperado el 28 de agosto de 2013, de <http://www.bce.fin.ec>

Banco Central del Ecuador. (2014). *Banco Central del Ecuador*. Obtenido de <http://www.bce.fin.ec/index.php/indicadores-economicos>

Becerro, M. (1994). *Educación Física*. Obtenido de <http://teleformacion.edu.aytolacoruna.es/EDUFISICA/document/deportes.htm>

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UN GIMNASIO QUE PROMUEVA EL DESARROLLO DE HABILIDADES FÍSICAS PARA NIÑOS EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

- Business Directory Plugin. (2013). *Saludabilis*. Obtenido de <http://saludabilis.com/obesidad-infantil-en-el-mundo/>
- Central Trust. (2014). *La Unión*. Obtenido de http://www.segurosunion.com/index.php?cont=ramo_fidelidad
- Código de la Producción. (2010). *Scribd*. Recuperado el 6 de Marzo de 2013, de <http://es.scribd.com/doc/46069535/Codigo-de-la-Produccion-Vigente-en-Ecuador>
- Código de Trabajo. (2013). *Ecuador Legal On Line*. Obtenido de <http://www.ecuadorlegalonline.com/laboral/codigo-de-trabajo/>
- Consejo Nacional Electoral. (2010). *Circunscripcion*. Obtenido de http://www.ciudadaniainformada.com/fileadmin/Plantillas_noticias/Mapa_de_las_circunscripciones_de_Guayas..pdf
- Dra. Corona Gómez Armijos, M. (2006). *La investigación científica en preguntas y respuestas*. Obtenido de <http://www.uniandesonline.edu.ec/publicaciones/librofinal.pdf>
- Ecuaprimas. (2014). *Ecuaprimas*. Obtenido de <http://www.ecuaprimas.com/scei/rt/rdmaq.html>
- Editorial Vistazo. (2009). Hambre de mercado. *Revista Vistazo*.
- Education Developmente. (2013). *Education Developmente*. Obtenido de http://www.vvob.org.ec/sitio/sites/default/files/2010_ecuador_programa_prurianual-2011-2013_ecuador.pdf
- El comercio. (2009). El trabajo y la Familia. *Revista familiar.ec*.
- El Comercio. (2013). *El comercio*. Obtenido de <http://www.hoy.com.ec/noticias-ecuador/los-gimnasios-hacen-su-agosto-242855.html>
- El Comercio. (Julio de 2013). *EL COMERCIO - SALUD*. Obtenido de http://www.elcomercio.com.ec/salud/beneficios-ejercicio-dia-Actividad-Fisica_0_896310524.html

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UN GIMNASIO QUE PROMUEVA EL DESARROLLO DE HABILIDADES FÍSICAS PARA NIÑOS EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

El TELÉGRAFO. (2013). *El TELÉGRAFO*. Obtenido de <http://www.telegrafo.com.ec/sociedad/item/obesidad-infantil-un-mal-que-prevalece.html>

Escuela de Medicina de la Universidad del Norte de Estados Unidos. (2012). Actividad Física. *Pediatrics*, 12 -14.

Espinoza, J. (2001). *Unan*. Obtenido de <http://biblio.juridicas.unam.mx/libros/6/2541/6.pdf>

Grupo de Expansión S.A. (2013). *Obras Web*. Obtenido de <http://www.obrasweb.mx/construccion/2012/08/27/gimnasios-para-ninos-negocio-en-expansion>

Hernández Sampieri, M. e., Fernández Collado, D. C., & Baptista Lucio, D. P. (1991). *Metodología de la Investigación*. MÉXICO: MCGRAW - HILL INTERAMERICANA DE MÉXICO.

INEC. (2010). *INEC*. Obtenido de http://www.inec.gob.ec/sitio_tics/infografia.pdf

INEC. (Junio de 2012). *INEC*. Obtenido de <http://inec.gob.ec/variosdos/UsdTiempo.pdf>

INEC. (2013). *INEC*. Obtenido de <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/>

Instituto Nacional de Compras Públicas. (2008). *Instituto Nacional de Compras Públicas*. Recuperado el 21 de agosto de 2013, de www.compraspublicas.gob.ec

kidshealth. (2012). *kidshealth*. Obtenido de http://kidshealth.org/parent/en_espanol/general/exercise_esp.html

koontz, H., Weihrich, H., & Cannice, M. (2008). *ADMINISTRACIÓN*.

Kotler, P., & Armstrong, G. (2003). *Fundamentos de marketing*. México: Pearson Educación.

Kotler, P., & Armstrong, G. (2008). *Fundamentos De Marketing*.

Kotler, P., & Armstrong, G. (2008). *Fundamentos del marketing*. México : Pearson Educación.

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UN GIMNASIO QUE PROMUEVA EL DESARROLLO DE HABILIDADES FÍSICAS PARA NIÑOS EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

La Cámara. (2013). *Publicacionesy Remitidos*. Obtenido de <http://www.lacamara.org/ccg/publicacionesyremitidos/Propuesta%20Final%20MIPRO.pdf>

La Pandereta. (2011). *B Active: Gimnasio para niños*. Obtenido de <http://lapanderetadeldomingo.wordpress.com/2011/11/15/b-active-gimnasio-solo-para-ninos/>

Ley de Inquilinato. (2000). *Ley de Inquilinato Codificado*. Registro oficial.

Ley de Propiedad Intelectual. (1998). *IEPI*. Recuperado el 6 de Marzo de 2013, de <http://www.iepi.gob.ec>

LEY DE RÉGIMEN TRIBUTARIO INTERNO. (2008). *SRI*. Recuperado el 6 de Marzo de 2013, de <http://descargas.sri.gov.ec/download/pdf/leytribint.pdf>

Ley de Régimen Tributario Interno. (2013). *SRI*. Obtenido de <http://descargas.sri.gov.ec/download/pdf/leytribint.pdf>

López, J. R. (1998). *Deporte y Ciencia: Teoría de la Actividad Física*. En V. G.. España: INDE.

LOS ANDES. (2013). *LOS ANDES*. Obtenido de <http://www.andes.info.ec/es/economia/2013-ecuador-disminuyo-pobreza-rural-423-puntos-relacion-ano-anterior.html>

Manzanera, A. (2012). *Finanzas para emprendedores*. Deusto.

McClelland, D. (2012). *Teorias del Emprendimiento*. Obtenido de <http://clubensayos.com/Psicolog%C3%ADa/Teorias-Del-Emprendimiento/200428.html>

Ministerio de Relaciones Laborales. (2014). *Ministerio de Relaciones Laborales*. Obtenido de <http://www.relacioneslaborales.gob.ec/340-dolares-es-el-salario-basico-para-el-2014/>

Ministerio de Salud Pública. (2001). *Programa Editorial Municipal*. Guayaquil.

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UN GIMNASIO QUE PROMUEVA EL DESARROLLO DE HABILIDADES FÍSICAS PARA NIÑOS EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

- Morales, J. (2010). *Acuerdos Comerciales y Servicios*. Obtenido de http://www.uasb.edu.ec/UserFiles/372/File/pdfs/NOTICIASYSUCESOS/2012/Acuertos%20comerciales%20y%20servicios_Juan%20Falconi%20Morales.pdf
- Moyer, R. C., McGuigan, J. R., & Kretlow, W. J. (2004). *Administración financiera contemporánea*.
- Municipio. (2013). Programa Editorial Municipal. 20-23.
- Munoz, R. (Ed.). (2002). *T-ULEAM 02-2002*. Recuperado el 7 de Enero de 2013
- Padilla Ramirez, D. N. (2008). *Contabilidad administrativa*. México: Mc. Graw Hill.
- Paéz, L. (2012). *Sobre Peso en la Adolescencia*. Obtenido de <http://www.contigosalud.com/sobrepeso-en-la-adolescencia>
- Pequefitness. (2013). *Pequefitness*. Obtenido de <http://www.pequefitness.com/es/>
- Picasso, P. (2010). *Cualidades Físicas Básicas. La resistencia aeróbica*. Obtenido de http://www.iespablopicasso.es/educacionfisica/2eso/resistencia_2eso.pdf
- Pinilla, R. O. (1992). *MEDICINA DEL EJERCICIO FÍSICO Y DEL DEPORTE PARA LA ATENCIÓN A LA SALUD*. MADRID: DÍAZ DE SANTOS.
- Procuraduría General del Estado. (mayo de 2013). *Procuraduría General del Estado*. Recuperado el 29 de julio de 2013, de https://www.google.com.ec/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=1&cad=rja&ved=0CCwQFjAA&url=http%3A%2F%2Fwww.pge.gob.ec%2Fes%2Fdocumentos%2Fdoc_download%2F225-codigo-del-trabajo.html&ei=mQ3ZUZGjBoKw8QTpw4C4DQ&usg=AFQjCNFu3ghg58YK_1YnbtXKPV6bz3amA&sig2=g
- Reina, C., Cedeño, X., Guevara, K., Vinza, M., & Vera, G. (2011). *Slideshare*. Recuperado el 3 de Diciembre de 2012, de <http://www.slideshare.net/elmilagro/desarrollo-social-y-cultural-en-milagro-ensayo>
- Sargiotti, L. P. (2012). *Maestro Psicológico*. Obtenido de <http://www.maestropsicologo.com/desarrollo-saludable/>

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UN GIMNASIO QUE PROMUEVA EL DESARROLLO DE HABILIDADES FÍSICAS PARA NIÑOS EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

- Schmutz, M. (2008). *Principios Básicos*. Obtenido de http://www.baspo.admin.ch/internet/baspo/de/home/themen/foerderung/breitensport/integration/downloads_bestellungen.parsys.000100.downloadList.26605.DownloadFile.tmp/bewegungsp.pdf
- Seguros Unidos. (2014). *Seguros Unidos*. Obtenido de <http://www.segurosunidos.ec/es/cotizador-en-l%C3%ADnea>
- Semplades. (2013). *PLAN NACIONAL PARA EL BUEN VIVIR*. Obtenido de <http://plan.senplades.gob.ec/objetivos-nacionales-de-desarrollo-humano>
- Seoane C., J. B. (2000). *Academia.edu*. Recuperado el 20 de junio de 2013, de http://www.academia.edu/213477/La_Escuela_de_Frankfurt_y_los_posmodernos._Un_dialogo_posible
- Sinde. (2010). *Sinde*. Obtenido de <http://www.sinde.edu.ec/archivos/Gu%C3%ADa%20de%20Pertinencia%20Convocatoria%202010.pdf>
- SRI. (2010). *SRI*. Recuperado el 3 de octubre de 2013, de <http://www.sri.gob.ec/web/10138/102>
- Sunshine Park Fitness. (2013). Fun Fit Kids. <http://www.sunshineparkfitness.com/funfitkids/>.
- TELÉGRAFO. (01 de OCTUBRE de 2013). *TELÉGRAFO*. Obtenido de <http://www.telegrafo.com.ec/sociedad/item/obesidad-infantil-un-mal-que-prevalece.html>
- Vega, A. L. (2002). *LOS VIDEOS JUEGOS EN EL CONTEXTO DE LAS NUEVAS TECNOLOGIAS:*. Obtenido de <http://www.sav.us.es/pixelbit/pixelbit/articulos/n17/n17art/art174.htm>
- Villacis , E., Peralta, P., & Gaibor, F. (2009). *Dspace Espol*. Recuperado el 10 de Diciembre de 2012, de <http://www.dspace.espol.edu.ec/bitstream/123456789/5180/1/8515.pdf>

CAPÍTULO 12

ANEXOS

CAPÍTULO 12

ANEXOS

ANEXO 1: Contratos de Prestación de Servicios

Comparecen a la suscripción del presente Contrato por una parte, la compañía **FITNESSFUNNY S.A.** legalmente representada en su calidad de Gerente Administradora **MARILYN CONNY GUZMÁN REYES** a quien en adelante y para efectos de este Contrato se lo denominará “EL CONTRATANTE”; por otra parte el señora **ING. FERNANDO JOSE ACHANCE REYES**, domiciliada en la ciudad de Guayaquil, por sus propios derechos, a quien en adelante se lo denominará “PROVEEDOR DE SERVICIOS PROFESIONALES”. Ambos en pleno goce de su capacidad civil para ejercer derechos y contraer obligaciones; quienes libres y voluntariamente, convienen en la celebración del contrato, contenido en las cláusulas que se detallan a continuación:

CLÁUSULA PRIMERA – ANTECEDENTES:

“**FITNESSFUNNY S.A.** ” es una persona jurídica, legalmente constituida, domiciliada en la ciudad de Guayaquil cuya actividad comercial consiste en ofrecer un servicio de gimnasio a través de máquinas interactivas y con tecnología de punta. Para el completo y correcto funcionamiento de la empresa se vuelve indispensable contratar los servicios profesionales de un Ingeniero en mantenimiento de máquinas calificado para que realice las siguientes actividades:

Desarrollar los cambios de cintas a las maquinas.

Establecer la fachada de cada máquina.

Realizar cambio de alguna parte de los equipos.

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UN GIMNASIO QUE PROMUEVA EL DESARROLLO DE HABILIDADES FÍSICAS PARA NIÑOS EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

EL PROVEEDOR DE SERVICIOS PROFESIONALES, se dedica a coordinar y supervisar los procesos de venta de la empresa teniendo en cuenta todas las normas internas y código de ética que la empresa tenga.

CLÁUSULA SEGUNDA – OBJETO:

Mediante el presente documento, el PROVEEDOR DE SERVICIOS PROFESIONALES se compromete a ofrecer su servicio al CONTRATANTE, para efectos de cumplir con todo el proceso contable.

CLÁUSULA TERCERA – PROCEDIMIENTO:

EL PROVEEDOR DE SERVICIOS PROFESIONALES dará su servicio al Contratante de forma mensual.

CLÁUSULA CUARTA – HONORARIOS:

El honorario se pactará entre el CONTRATANTE y el PROVEEDOR DE SERVICIOS PROFESIONALES y será la suma mensual de \$300 (trescientos 00/100 dólares), valor al cual se le realizarán todos los descuentos o sustracciones que por ley deban realizarse. El pago por concepto de Honorarios Profesionales será pagado por EL CONTRATANTE el primer día de trabajo. EL PROFESIONAL será responsable ante los órganos de Control y Recaudación de cumplir con sus cargas u obligaciones tributarias que el pago de los Honorarios Profesionales genere.

CLÁUSULA QUINTA – CONFIDENCIALIDAD:

Durante el tiempo que se celebre el presente contrato el PROVEEDOR DE SERVICIOS PROFESIONALES no podrá dar a conocer por ningún concepto a otra compañía información referente a las prácticas internas de la empresa, manejos de máquinas.

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UN GIMNASIO QUE PROMUEVA EL DESARROLLO DE HABILIDADES FÍSICAS PARA NIÑOS EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

CLÁUSULA SEXTA – SOLUCIÓN DE CONTROVERSIAS:

Si llegase a surgir un conflicto entre ambas partes, se procederá el arbitraje de la Cámara de Comercio de Guayaquil, para dar solución a los conflictos presentados. Para solucionar controversia entre ambas partes.

CLÁUSULA SÉPTIMA – PLAZO:

El presente contrato tendrá una vigencia de 1 año y se da por inicio al mismo a partir de la fecha en que se firma el contrato.

CLÁUSULA OCTAVA - ACEPTACIÓN Y RATIFICACIÓN:

Las partes contratantes aceptan y ratifican cada una de las cláusulas precedentes por así convenir a sus legítimos intereses, firmando en unidad de acto para constancia y validez, ante la autoridad competente del trabajo quien certifica, en un original y dos copias de igual tenor, en la ciudad de Guayaquil, 25 de Mayo de 2014.

MARILYN GUZMÁN REYES

Ing. FERNANDO ACHANCE REYES

EL CONTRATANTE

EL PROFESIONAL

ANEXO 2: Cuestionario de la encuesta.

Buenos días/ tardes. Mi nombre es Marilyn Conny Guzmán Reyes y represento a la Universidad Católica Santiago de Guayaquil de la facultad de especialidades empresariales de la carrera de emprendedores, donde se nos permite a realizar estudios de mercado y su opinión es muy importante para nosotros

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UN GIMNASIO QUE PROMUEVA EL DESARROLLO DE HABILIDADES FÍSICAS PARA NIÑOS EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

CUESTIONARIO

1. ¿Usted es padre de familia?

SI.....1 → CONTINUAR

Código

NO.....2 → TERMINAR

2. ¿Cuántos hijos tiene Ud. En su familia? _____ (2)

3. **(E: entregar la tarjeta # 1)**¿Me podría decir que tan importante es para Ud. El estado física de sus niños?

Muy Importante	5
Importante	4
Ni importante / Ni poco importante	3
Poco Importante	2
Nada importante	1

4. ¿Usted conoce de algún gimnasio para niños?

SI.....1 →¿Cómo se llama? (5)_____

NO..... 2→¿Dónde queda?(6) _____

(PRESENTAR CONCEPTO DEL GIMNASIO)

5. **(E: entregar la tarjeta # 2)** Viendo esta escala de 1 a 5 donde 1 significa me desagrada mucho y 5 significa me agrada mucho¿Me podría indicar su nivel de agrado a la creación de un nuevo gimnasio para niños ubicado en la ciudadela Kennedy - Guayaquil?

Me agrada Mucho	5
Me agrada	4
Ni me agrada / Ni me desagrada	3
Me desagrada	2
Me desagrada mucho	1

6. **(E: entregar la tarjeta # 3)** ¿Qué tan dispuesto estaría de matricular a su niño en FitnessFunny?

Muy dispuesto	5
---------------	---

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UN GIMNASIO QUE PROMUEVA EL DESARROLLO DE HABILIDADES FÍSICAS PARA NIÑOS EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

Dispuesto	4
Ni dispuesto ni indispueto	3
Indispuesto	2
Muy indispueto	1

7. (E: SOLO LA PREG. 7 A LOS QUE RESPONDIERON 5, 4 O 3 EN PREG. ANTERIOR)

¿Cuál horario sería el ideal para que su hijo vaya al gimnasio?

12:00 – 12:40	1	16:00 – 16:40	5
13:00 – 13:40	2	17:00 – 17:40	6
14:00 – 14:40	3	18:00 – 18:40	7
15:00 – 15:40	4	19:00 – 19:40	8

8. (E: LEER LAS TRES POSIBLES RESPUESTAS) ¿Qué días serían los ideales para que sus hijos asistan al gimnasio?

Me gustaría ir Lunes – Miércoles - Viernes	1
Me gustaría ir Martes – Jueves – Sábado	2
Me gustaría ir de Lunes a Viernes.	3

9. (E: entregar la tarjeta # 4) Viendo esta escala de 1 a 5 donde 1 significa me desagrada mucho y 5 significa me agrada mucho ¿Me podría decir el nivel de agrado que el gimnasio cuente con áreas de nutrición? ¿Atención de pediatras?

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UN GIMNASIO QUE PROMUEVA EL DESARROLLO DE HABILIDADES FÍSICAS PARA NIÑOS EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

	NUTRICIÓN(11)	ATENCIÓN PEDIATRICA(12)
Me agrada Mucho	5	5
Me agrada	4	4
Ni me agrada / Ni me desagrada	3	3
Me desagrada	2	2
Me desagrada mucho	1	1

10. ¿Estaría dispuesto a pagar _____ (MENCIONAR CADA PRECIO UNO POR UNO) por mensualidad en el gimnasio para niños?

		SI	NO
(13)	\$40	1	2
(14)	\$50	1	2
(15)	\$60	1	2
(16)	\$70	1	2
(17)	\$80	1	2

DATOS DE CONTROL

NOMBRE DEL ENTREVISTADO/A: _____

TELEFONO: _____ FECHA: _____

ENCUESTADOR: _____ SUPERVISOR: _____

<u>(18)EDAD:</u>	<u>SEXO (19)</u>	<u>NIVEL DE EDUCACION (20)</u>
1. 18 a 24	1.-MUJER	1. PRIMARIA
2. 25 a 34	2.-HOMBRE	2. SECUNDARIA
3. 35 a 44		3. TECNOLOGO
4. 45 a 54		4. SUPERIOR
5. 55 ó más		5. MAESTRIA/DOCTORADO

ANEXO 3: Guía del moderador para el grupo focal.

INTRODUCCIÓN

- I. Saludo y bienvenida de los participantes
- II. Presentación del moderador y explicación del motivo de la reunión

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UN GIMNASIO QUE PROMUEVA EL DESARROLLO DE HABILIDADES FÍSICAS PARA NIÑOS EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

- III. Explicación de la importancia que tiene el grupo en general y cada uno específicamente, como representantes de un grupo mayor de la sociedad
- IV. Explicación de las reglas para participar:
 - Hablar fuerte y claro
 - Evitar hablar con la persona de al lado
 - No hablar todos a la vez
 - No hay respuestas correctas ni incorrectas, lo más importante es su propia opinión.
- V. Presentación de cada participante

INICIO DE LA DINAMICA GRUPAL

1. CREACIÓN DE UN GIMNASIO PARA NIÑOS EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL

1. ¿Me podrían decir la importancia que tiene para Uds. El estado físico de sus niños? ¿Por qué?
2. ¿Han escuchado en alguna ocasión de gimnasio para niños? ¿Qué han escuchado?
3. ¿Qué les parece que exista el gimnasio para niños?

2. INFORMACIÓN SOBRE EL GIMNASIO PARA NIÑOS

Valoración del gimnasio para niños-

4. ¿Me podrían indicar si les agrado o desagrado lo que les acabo de presentar? ¿Por qué?
5. ¿Les agradaría que el gimnasio haya área de nutrición? ¿atención pediatra? ¿Por qué?

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UN GIMNASIO QUE PROMUEVA EL DESARROLLO DE HABILIDADES FÍSICAS PARA NIÑOS EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

ANEXO 4: Tablas de Costos fijos

Gasto de publicidad					
Descripción	Valores				
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Creación de sitio web	\$ 1.800,00	\$ 1.854,00	\$ 1.909,62	\$ 1.966,91	\$ 2.025,92
Mantenimiento de sitio web	\$ 280,00	\$ 288,40	\$ 297,05	\$ 305,96	\$ 315,14
Google adwords	\$ 50,00	\$ 51,50	\$ 53,05	\$ 54,64	\$ 56,28
Flyers	\$ 121,00	\$ 124,63	\$ 128,37	\$ 132,22	\$ 136,19
Obsequio para usuario	\$ 300,00	\$ 309,00	\$ 318,27	\$ 327,82	\$ 337,65
Publicación en Universo	\$ 9.600,00	\$ 9.888,00	\$ 10.184,64	\$ 10.490,18	\$ 10.804,88
Tarjetas de presentación	\$ 100,00	\$ 103,00	\$ 106,09	\$ 109,27	\$ 112,55
Total	\$ 12.251,00	\$ 12.618,53	\$ 12.997,09	\$ 13.387,00	\$ 13.788,61

Gastos Administrativos	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Descripción					
Salarios y Beneficios	\$ 71.396,24	\$ 84.349,34	\$ 91.097,29	\$ 98.385,07	\$ 106.255,87
Gastos Seguro	\$ 3.300,00	\$ 3.399,00	\$ 3.500,97	\$ 3.606,00	\$ 3.714,18
Gasto de Alquiler	\$ 9.600,00	\$ 9.888,00	\$ 10.184,64	\$ 10.490,18	\$ 10.804,88
Servicios Básicos	\$ 4.200,00	\$ 4.326,00	\$ 4.455,78	\$ 4.589,45	\$ 4.727,14
Suministros de Oficina	\$ 600,00	\$ 618,00	\$ 636,54	\$ 655,64	\$ 675,31
Suministros Varios	\$ 360,00	\$ 370,80	\$ 381,92	\$ 393,38	\$ 405,18
Gastos de Mantenimiento	\$ 1.800,00	\$ 1.854,00	\$ 1.909,62	\$ 1.966,91	\$ 2.025,92
Total Gastos Administrativos	\$ 91.256,24	\$ 104.805,14	\$ 107.949,29	\$ 111.187,77	\$ 114.523,41

ANEXO 5: Tabla del PAYBACK

Tiempo de recuperación descontado			
Periodos	Flujos	VP flujos	Acumulado
0	\$ (42.372,90)		\$ (42.372,90)
1	\$ 10.197,31	\$9.322,32	\$ (33.050,58)
2	\$ 14.360,03	\$12.001,41	\$ (21.049,16)
3	\$ 28.386,27	\$21.688,22	\$ 639,06
4	\$ 45.566,31	\$31.827,18	\$ 32.466,24
5	\$ 73.616,24	\$47.007,43	\$ 79.473,67
MES			0

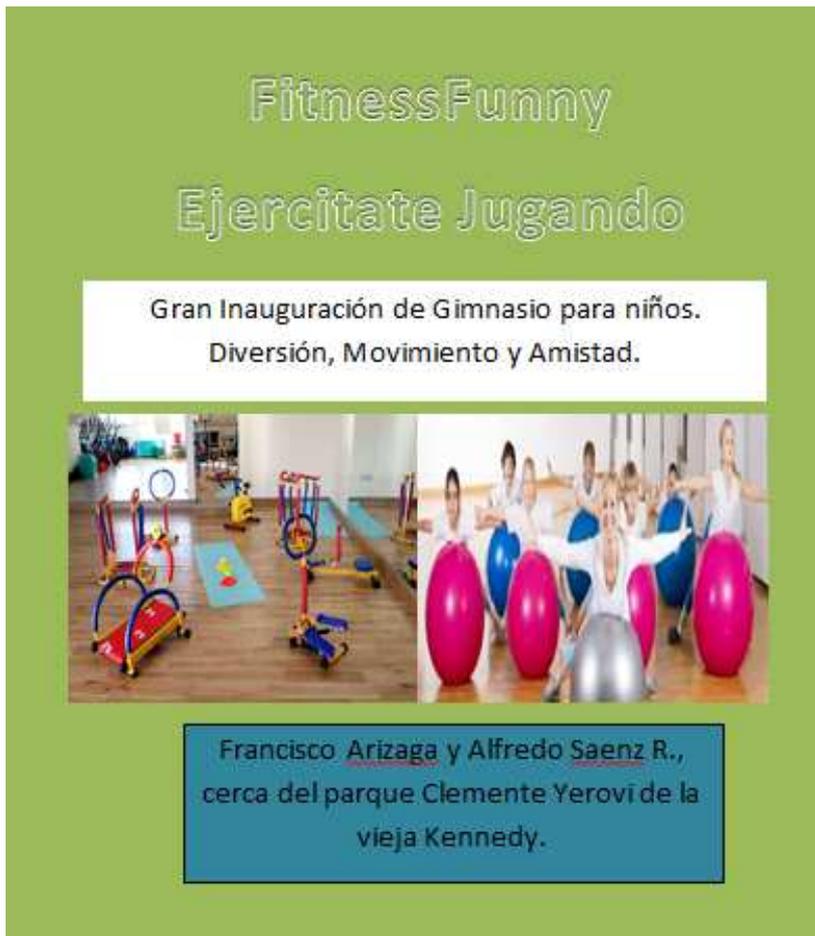
CAPÍTULO 13

MATERIAL COMPLEMENTARIO

CAPÍTULO 13

MATERIAL COMPLEMENTARIO

Flyers de inauguración



Proformas de máquinas

"PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UN GIMNASIO QUE PROMUEVA EL DESARROLLO
DE HABILIDADES FÍSICAS PARA NIÑOS EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL"

Factura Proforma

CLIENTE:

Nº240314

FECHA: 24 Marzo 2014

CODIGO	DESCRIPCION CUIFIT	PRECIO	CANT	TOTAL
PIBE	Bicicleta Estatica infantil	\$ 285,00	1	\$ 285,00
PIEL	Cinta de Correr Infantil	\$ 285,00	1	\$ 285,00
PICC	Remo Infantil	\$ 285,00	1	\$ 285,00
PIYT	Strepper Infantil	\$ 285,00	1	\$ 285,00
POIU	Bicicleta Air Elliptic Junior	\$ 433,00	1	\$ 433,00
PLII	Eliptica Air Junior	\$ 477,00	1	\$ 477,00
PTER	Set Fitness Junior1	\$ 870,00	1	\$ 870,00
PTEW	Press de Hombro Junior	\$ 330,00	1	\$ 330,00
PIRR	Butterfly Pecho Junior	\$ 330,00	1	\$ 330,00
PLOE	Biceps/Triceps Junior	\$ 325,00	1	\$ 325,00
PWEO	Extensor de Cuadriceps Junior	\$ 330,00	1	\$ 330,00
PLIE	Set Fitness Junior 2	\$ 1.168,00	1	\$ 1.168,00
PIRE	REMO	\$ 125,00	1	\$ 125,00
Transporte Express (door to door)				\$ 150,00
TOTALES			13	\$ 5.528,00

HS CODE: 9506 91 10 00
EXWORKS BILBAO

Cuifit

Cuifit, S.L.U. CIF B95618898

AVDA. ATXABIRIBIL, 24 BAJO IZQ.48600 SOPELANA (BIZKAIA)

TELEPHONE: +34 678700473 EMAIL: info@cuifit.com

Peso de cada maquina

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UN GIMNASIO QUE PROMUEVA EL DESARROLLO DE HABILIDADES FÍSICAS PARA NIÑOS EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

Bicicleta Estática infantil 6.7 kg

Cinta de Correr Infantil 13.4 kg

Remo Infantil 9.6 kg

Strepper Infantil 8.2 kg

Bicicleta Air Elíptica Junior 18 kg

Elíptica Air Junior 27 kg

Set Fitness Junior 1 45 kg

Press de Hombro Junior 12.3 kg

Butterfly Pecho Junior 12.7 kg

Biceps/Triceps Junior 8.3 kg

Extensor de Cuadriceps Junior 12.3 kg

Set Fitness Junior 2 48.5 kg

Proforma de revista (Publicidad)

Inicio | Publicidad on line | Publicidad impresa

EL UNIVERSO

 / Medios impresos



Revistas

FORMATOS Y TARIFAS PARA REVISTA MOTORES

Esta revista trata sobre la oferta automotriz, transporte y novedades de la industria nacional y extranjera para satisfacer las inquietudes de los amantes de los autos. Presenta diferentes secciones como: En el taller, Ruta Verde, A prueba, El sueño y más. Circula el segundo sábado del mes.

Dirigido a: Propietarios de todo tipo de marcas y modelos de vehículos; interesados en conocer sobre los respectivos mantenimientos y recomendaciones nacionales e internacionales del mundo automovilístico.

Características:
Formato: Revista
Papel: Portadas cuché, interior periódico 48 grs.
Color: Full color
Circulación: Nacional, 225 mil ejemplares
Publicación: Mensual, 2do sábado de cada mes
Cierre: 12 días antes de la fecha de publicación

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UN GIMNASIO QUE PROMUEVA EL DESARROLLO DE HABILIDADES FÍSICAS PARA NIÑOS EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

N°	Descripción del formato	Ancho		Alto	Valor
		Col	Cm	Cm	Color
607	Portada interior	4	22,89	27	\$3.450
607	Contraportada interior	4	22,89	27	\$3.450
607	Contraportada exterior	4	22,89	27	\$3.550
700	Páginas Centrales Couché(4carillas)		44,80	27	\$11.500
701	Páginas Centrales periódico (2carillas)		44,80	27	\$5.497
702	Portada desplegada		44,80	27	\$12.579



N°	Formatos periódico	Pag 3	Derecha	Indeterminada	Medida
	<u>Página completa</u>	\$ 3.410	\$3.343	\$2.953	22,89 cm x 27 cm
	<u>Media página horizontal</u>	n/a	\$1.836	\$1.628	19,26 cm x 11,22 cm
	<u>Media página vertical</u>	n/a	\$1.836	\$1.628	9,42 cm x 22,80 cm
	<u>Tercio de página horizontal</u>	n/a	\$1.138	\$1.003	19,26 cm x 7,24 cm
	<u>Tercio de página vertical</u>	n/a	\$1.138	\$1.003	6,16 cm x 22,80 cm
	<u>Cuarto de página horizontal</u>	n/a	\$849	\$754	19,26 cm x 5,43 cm
	<u>Cuarto de página vertical</u>	n/a	\$849	\$754	9,42 cm x 11,22 cm
	<u>Octavo de página</u>	n/a	\$435	\$385	9,42 cm x 5,43 cm