



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE ECONOMÍA Y EMPRESA
CARRERA ADMINISTRACIÓN DE VENTAS**
Modalidad Semipresencial

TEMA:

Plan de negocios para la comercialización de paquetes de
entrenamiento Fit, con la empresa Zona Fitness, en
Samborondón ciudadela Ciudad Celeste

AUTOR

Díaz Hidalgo, Gustavo Daniel

**Trabajo de titulación previo a la obtención del grado de
Ingeniero en Administración de Ventas**

TUTOR:

Ing. Maximiliano Pérez Cepeda PhD.

Guayaquil, Ecuador

21 de septiembre del 2022



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

FACULTAD DE ECONOMÍA Y EMPRESA
CARRERA ADMINISTRACIÓN DE VENTAS
Modalidad Semipresencial

CERTIFICACIÓN

Certificamos que el presente trabajo de titulación fue realizado en su totalidad por Díaz Hidalgo, Gustavo Daniel, como requerimiento para la obtención del Título de **Ingeniero en Administración de Ventas**.

TUTOR

f. 
Ing. Maximiliano Pérez Cepeda PhD.

DIRECTOR DE LA CARRERA

f. _____
Ec. Lucía Pico Versoza, Mag.

Guayaquil, a los 21 días del mes de septiembre del año 2022



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

FACULTAD DE ECONOMÍA Y EMPRESA
CARRERA ADMINISTRACIÓN DE VENTAS
Modalidad Semipresencial

DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD

Yo, Díaz Hidalgo, Gustavo Daniel

DECLARO QUE:

El Trabajo de Titulación “**Plan de negocios para la comercialización de paquetes de entrenamiento Fit, con la empresa Zona Fitness, en Samborondón ciudadela Ciudad Celeste**”, previo a la obtención del Título de **Ingeniero en Administración de Ventas**, ha sido desarrollado respetando derechos intelectuales de terceros conforme las citas que constan en el documento, cuyas fuentes se incorporan en las referencias o bibliografías. Consecuentemente este trabajo es de mi total autoría.

En virtud de esta declaración, me responsabilizo del contenido, veracidad y alcance del Trabajo de Titulación referido.

Guayaquil, a los 21 días del mes de septiembre del año 2022

EL AUTOR

f. _____

Díaz Hidalgo, Gustavo Daniel



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

FACULTAD DE ECONOMÍA Y EMPRESA
CARRERA ADMINISTRACIÓN DE VENTAS
Modalidad Semipresencial

AUTORIZACIÓN

Yo, **Díaz Hidalgo, Gustavo Daniel**

Autorizo a la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil a la **publicación** en la biblioteca de la institución del Trabajo de Titulación, **Titulación “Plan de negocios para la comercialización de paquetes de entrenamiento Fit, con la empresa Zona Fitness, en Samborondón ciudadela Ciudad Celeste”** cuyo contenido, ideas y criterios son de mi exclusiva responsabilidad y total autoría.

Guayaquil, a los 21 días del mes de septiembre del año 2022

EL AUTOR:

f. _____

Díaz Hidalgo, Gustavo Daniel

ESPACIO PARA REPORTE URKUND

URKUND

Documento: [Diaz Gustavo - Trabajo de Titulación.docx](#) (D143622728)
Presentado: 2022-09-05 09:28 (-05:00)
Presentado por: Maximiliano Bolívar Pérez Cepeda (maximiliano.perez@cu.ucsg.edu.ec)
Recibido: maximiliano.perez.ucsg@analysis.orkund.com
0% de estas 45 páginas, se componen de texto presente en 0 fuentes.

Lista de fuentes Bloques Maximiliano Bolívar Pérez Cepeda (maximiliano_perez)

| Id | Categoría | Enlace/nombre de archivo | |
|----|-----------|---|--------------------------|
| 1 | | Universidad Católica de Santiago de Guayaquil / (null) | <input type="checkbox"/> |
| 2 | | Universidad Católica de Santiago de Guayaquil / Diaz Hidalgo Gustavo Trabajo de Titulación.d... | <input type="checkbox"/> |
| 3 | | Universidad Católica de Santiago de Guayaquil / Lopez Ana_FINAL.docx | <input type="checkbox"/> |
| 4 | | Universidad Católica de Santiago de Guayaquil / lisa cevallos revision final.docx | <input type="checkbox"/> |
| 5 | | Universidad Católica de Santiago de Guayaquil / Revisado 21 junio 2021 - Lopez Ana_FINAL.d... | <input type="checkbox"/> |
| 6 | | Universidad Católica de Santiago de Guayaquil / CAPITULO III.docx | <input type="checkbox"/> |

97% # 59 Activo

http://upload.wikimedia.org/wikipedia/commons/thumb/9/99/Logo_UCSG.svg/2000px-Logo_UCSG.svg.png
*MERGEFORMATINET

FACULTAD DE ECONOMÍA Y EMPRESA
CARRERA ADMINISTRACIÓN DE VENTAS Modalidad Semipresencial
TEMA: Plan de negocios para la

comercialización de paquetes de entrenamiento Fit, con la empresa Zona Fitness, en Samborombón ciudadela Ciudad Ceteze

AUTOR Diaz Hidalgo, Gustavo Daniel

Trabajo de titulación previo a la obtención del grado de ingeniero en Administración de Ventas

TUTOR:
Ing. Maximiliano Pérez Cepeda PhD.
Guayaquil, Ecuador 18 de julio del 2022

INCLUDEPICTURE
http://upload.wikimedia.org/wikipedia/commons/thumb/9/99/Logo_UCSG.svg/2000px-Logo_UCSG.svg.png
*MERGEFORMATINET

FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS, ADMINISTRATIVAS Y
CARRERA ADMINISTRACIÓN DE VENTAS Modalidad Semipresencial
TEMA: Plan de negocios para la



Escribe aquí para buscar

24°C Mayorm. nubla... 19:00 5/9/2022

AGRADECIMIENTO

Agradezco a mi madre por sus oraciones, y a mi familia por su cariño y comprensión.

DEDICATORIA

Dedico este trabajo a todas las personas que cultivan su salud con sacrificio y disciplina, a través de jornadas arduas de trabajo físico diario, las cuales esculpen su cuerpo y mente.



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

FACULTAD DE ECONOMÍA Y EMPRESA
CARRERA ADMINISTRACIÓN DE VENTAS

Modalidad Semipresencial

TRIBUNAL DE SUSTENTACIÓN

f. _____

Ec. Lucía Pico Versoza, Mgs.

DIRECTOR DE CARRERA

f. _____

Lic. Magaly Noemi Garces Silva, Mgs.

COORDINADOR DE UNIDAD DE TITULACIÓN

f. _____

Eco. Paola, Guim Bustos, Mgs

OPONENTE



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

FACULTAD DE ECONOMÍA Y EMPRESA
CARRERA ADMINISTRACIÓN DE VENTAS
Modalidad Semipresencial

CALIFICACIÓN

f.

Ing. Maximiliano Pérez Cepeda PhD.

TUTOR

ÍNDICE

| | |
|---|-----------|
| INTRODUCCIÓN | 2 |
| DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO..... | 5 |
| JUSTIFICACIÓN | 6 |
| OBJETIVO GENERAL..... | 8 |
| OBJETIVOS ESPECÍFICOS..... | 8 |
| LÍNEAS DE INVESTIGACIÓN..... | 9 |
| CAPÍTULO I..... | 10 |
| DESCRIPCIÓN DEL NEGOCIO | 10 |
| 1.1. Actividad de la empresa | 10 |
| 1.2. Misión, visión..... | 16 |
| 1.3. Descripción de portafolio actual del servicio | 17 |
| CAPÍTULO II..... | 27 |
| ESTUDIO DE MERCADO Y LA EMPRESA..... | 27 |
| 2.1. Población, muestra | 27 |
| 2.2. Selección del método muestral | 29 |
| 2.3. Técnicas de recolección de datos..... | 30 |
| 2.4. Presentación de la encuesta..... | 30 |
| 2.5. Análisis e Interpretación de datos | 44 |
| 2.5. Análisis Externo | 45 |
| 2.5.1. Análisis Pesta | 45 |
| 2.5.2. Análisis de la Fuerza de Porter | 48 |
| Mercado Meta | 51 |
| 2.5.4. Perfil del consumidor | 52 |
| 2.6. Análisis Interno | 53 |
| 2.6.1 Benchmarking | 53 |
| 2.7. Análisis Interno | 53 |

| | |
|---|-----------|
| 2.7.1 Análisis DAFO..... | 53 |
| 2.7.2 Análisis CAME | 54 |
| 2.7.3 Cadena de valor | 56 |
| La cadena de valor de Porter define el valor por el cual los clientes perciben los motivos por los cuales eres distinto o diferente a tus adversarios o competidores..... | 56 |
| 2.8. Diagnóstico | 56 |
| 2.8.1 Matriz de crecimiento de Ansoff..... | 56 |
| 2.8.2 Mapa Estratégico de Objetivos | 58 |
| 2.8.3 Conclusiones..... | 59 |
| CAPÍTULO III..... | 60 |
| PLAN ESTRATÉGICO..... | 60 |
| 3.1. Estrategias, Metas y Objetivos comerciales | 60 |
| Objetivo Comercial..... | 60 |
| 3.2. Plan comercial | 61 |
| 3.2.1. Marketing Mix. | 61 |
| Precio | 61 |
| Plaza..... | 62 |
| 3.2.2. Gestión de Ventas..... | 63 |
| 3.2.3. Operaciones Comerciales | 65 |
| 3.2.4. Territorios y rutas | 66 |
| 3.2.5. Métodos y Tiempos | 66 |
| 3.3. Organización y funciones de la Estructura de Ventas..... | 68 |
| 3.3.1. Propuesta de la estructura organizacional y funcional | 68 |
| 3.3.2. Función de los cargos del área comercial | 69 |
| 3.4. Mercado, previsiones, cuotas y presupuesto en ventas..... | 70 |
| 3.4.1. Dimensionamiento del mercado | 70 |
| 3.4.2. Determinación de las previsiones | 71 |
| 3.4.3. Presupuesto y cuotas de ventas..... | 72 |
| 3.5. Diseño de la compensación por el área comercial | 73 |
| 3.5.1. Estructura fija y variable | 74 |
| 3.5.2. Primas e incentivos..... | 74 |
| 3.5.2. Gastos de movilización y viáticos | 75 |
| 3.6. Control de la gestión comercial | 75 |
| 3.6.1. Control del volumen de ventas | 76 |

| | |
|---|-----------|
| 3.6.2. Cuadro de mando del director de ventas | 76 |
| CAPÍTULO IV | 78 |
| ESTUDIO ECONÓMICO Y FINANCIERO..... | 78 |
| 4.1. Hipótesis de la partida | 78 |
| 4.1.1. Capital inicial | 78 |
| 4.1.2. Activos fijos | 79 |
| 4.1.3. Costos preoperacionales..... | 79 |
| 4.1.4. Impuestos | 80 |
| 4.2. Proyecciones | 80 |
| 4.2.1 Proyección de ingresos..... | 80 |
| 4.2.2 Proyección de egresos..... | 81 |
| 4.2.3 Flujo de Caja..... | 82 |
| 4.3. Rentabilidad..... | 82 |
| 4.3.1 Tasa interna de retorno (TIR)..... | 82 |
| 4.3.2 Valor Actual Neto | 84 |
| 5.1 Base legal..... | 85 |
| La Constitución de la República del Ecuador en su Art 395 numeral 2) reconoce los principios ambientales: | 85 |
| CAPÍTULO V | 85 |
| RESPONSABILIDAD SOCIAL..... | 85 |
| 5.2 Medio Ambiente..... | 85 |
| 5.3 Beneficiarios directos e indirectos de acuerdo con el plan Nacional de Desarrollo..... | 86 |
| 5.4 Política de responsabilidad corporativa. | 86 |
| CONCLUSIONES..... | 88 |
| RECOMENDACIONES | 90 |
| REFERENCIAS | 91 |
| ANEXOS | 96 |

ÍNDICE DE TABLAS

| | |
|--|----|
| Tabla 1. <i>Género</i> | 32 |
| Tabla 2. <i>Edad</i> | 33 |
| Tabla 3. <i>¿Con qué frecuencia realiza actividad física a la semana?</i> | 34 |
| Tabla 4. <i>¿Asiste a algún centro de entrenamiento?</i> | 35 |
| Tabla 5. <i>¿Cuáles son sus horarios de entrenamiento?</i> | 36 |
| Tabla 6. <i>¿Recibe algún tipo de beneficio adicional al entrenamiento donde realiza su actividad física?</i> | 37 |
| Tabla 7. <i>¿Qué actividad física le gustaría realizar en el centro de entrenamiento?</i> | 38 |
| Tabla 8. <i>¿Le gustaría entrenar en la etapa en la que vive?</i> | 39 |
| Tabla 9. <i>¿Cuánto estaría dispuesto a pagar mensualmente por el servicio de entrenamiento asistido?</i> | 40 |
| Tabla 10. <i>¿Te gustaría recibir un servicio de un fisioterapeuta o nutrición adicional al entrenamiento?</i> | 41 |
| Tabla 11. <i>¿Cuánto está dispuesto a pagar por cada servicio adicional?</i> | 42 |
| Tabla 12. <i>¿Cuál sería su motivación?</i> | 43 |
| Tabla 13. <i>Análisis Pesta</i> | 45 |
| Tabla 14. <i>Análisis DAFO</i> | 54 |
| Tabla 15. <i>Análisis CAME</i> | 55 |
| Tabla 16. <i>Precio para el entrenamiento del paquete Fit</i> | 62 |
| Tabla 17. <i>Presupuesto</i> | 73 |
| Tabla 18. <i>Costos Fijos y Variables</i> | 74 |

| | |
|--|----|
| Tabla 19. <i>Inversión Inicial</i> | 79 |
| Tabla 20. <i>Inversión Inicial</i> | 79 |
| Tabla 21. <i>Gastos preoperacionales</i> | 80 |
| Tabla 22. <i>Proyección de ingresos</i> | 81 |
| Tabla 23. <i>Egresos</i> | 81 |
| Tabla 24. <i>Flujo de Caja</i> | 82 |
| Tabla 25. <i>Tasa Interna de Retorno y Valor Actual Neto</i> | 83 |

ÍNDICE DE FIGURAS

| | |
|---|----|
| <i>Figura 1. TRX Entrenamiento Funcional. Tomada en Ciudad Celeste</i> | 19 |
| <i>Figura 2. Género</i> | 33 |
| <i>Figura 3. Edad</i> | 34 |
| <i>Figura 4. ¿Con qué frecuencia realiza actividad física a la semana?</i> | 35 |
| <i>Figura 5. ¿Asiste a algún centro de entrenamiento?</i> | 36 |
| <i>Figura 6. ¿Cuáles son sus horarios de entrenamiento?</i> | 37 |
| <i>Figura 7. ¿Recibe algún tipo de beneficio adicional al entrenamiento donde realiza su actividad física?</i> | 38 |
| <i>Figura 8. ¿Qué actividad física le gustaría realizar en el centro de entrenamiento?</i> | 39 |
| <i>Figura 9. ¿Le gustaría entrenar en la etapa en la que vive?</i> | 40 |
| <i>Figura 10. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar mensualmente por el servicio de entrenamiento asistido?</i> | 41 |
| <i>Figura 11. ¿Te gustaría recibir un servicio de un fisioterapeuta o nutrición adicional al entrenamiento?</i> | 42 |
| <i>Figura 12. ¿Cuánto está dispuesto a pagar por cada servicio adicional?</i> | 43 |
| <i>Figura 13. Si ingresa al entrenamiento, ¿Cuál sería su motivación?</i> | 44 |
| <i>Figura 14. Análisis de las cinco Fuerzas de Porter. Tomado de Porter (2006)</i> | 49 |
| <i>Figura 15. Cadena de valor de Porter</i> | 56 |
| <i>Figura 16. Matriz de crecimiento de Ansoff</i> | 56 |
| <i>Figura 17. Proceso para nuevas ofertas a futuros clientes</i> | 58 |
| <i>Figura 18. Imagen corporativa</i> | 61 |

| | |
|---|----|
| <i>Figura 19. Mapa de la ciudadela Ciudad Celeste. Tomada de Google Maps</i> | 62 |
| <i>Figura 20. Imagen visual arte creativo para estado de WhatsApp</i> | 64 |
| <i>Figura 21. Imagen email marketing</i> | 65 |
| <i>Figura 22. Ciclo PHVA</i> | 67 |
| <i>Figura 23. Estructura de Ventas</i> | 69 |
| <i>Figura 24. Previsión de ventas (autor de www.joseargudo.com)</i> | 71 |

RESUMEN

La empresa Zona Fitness tiene como finalidad elaborar paquetes Fit para los habitantes de la urbanización Ciudad Celeste que pretenden mantener una buena condición física, lugar donde esta compañía se dedica a brindar servicios de entrenamientos físicos personalizados dentro de este complejo en la ciudad de Samborombón, aquí se promueve la actividad física de los habitantes en diferentes horarios, y se desarrollan distintas disciplinas como crossfit, musculación, natación, entre otros. Esta empresa inició sus actividades en el año 2018 por el Sr. Gustavo Díaz, quien vio una oportunidad de un emprendimiento y ayuda al resto de personas que necesitan ser asesoradas por un profesional. Apoyado con sus conocimientos y capacidades en esta rama. Este servicio, ha identificado como mercado meta a las personas que realizan alguna actividad física como sus clientes potenciales, este grupo buscará el tiempo personal adecuado para realizar actividades como crossfit y otras actividades físicas, a su vez tener una asesoría nutricional, a través de la aplicación de los paquetes Fit. Por el grado de actividad de las personas de la ciudadela Ciudad Celeste se determina que este paquete es muy necesario en todas las etapas, porque fomentan la mente activa, salud y estado físico adecuado de acuerdo con el peso de los participantes o edad. Este plan tiene como finalidad elaborar un paquete Fit para los diferentes residentes de la zona por lo cual se ha considerado la elaboración de este tomando en cuenta todas las estrategias a utilizar y permisos legales que sean necesarios.

Palabras clave: *Crossfit, entrenamientos, salud, funcional, ejercicios, nutrición*

ABSTRACT

The company Zona Fitness aims to develop Fit packages for the inhabitants of the Ciudad Celeste urbanization that pretend to maintain a good physical condition, place where this company is dedicated to providing personalized physical training services within this complex in the city of Samborondón, here the physical activity of the inhabitants is promoted at different times, and different disciplines are developed such as cross fit, bodybuilding, swimming, among others. This company began its activities in 2018 by Mr. Gustavo Díaz, who saw an opportunity for an enterprise and helps the rest of the people who need to be advised by a professional. Supported with their knowledge and skills in this branch. This service has identified as a target market people who perform some physical activity as their potential customers, this group will seek the appropriate personal time to perform activities such as crossfit and other physical activities, in turn have nutritional advice, through the application of fit packages. By the degree of activity of the people of the Citadel Ciudad Celeste it is determined that this package is very necessary in all stages, because they promote the active mind, health, and adequate physical condition according to the weight of the participants or age. This plan aims to develop a Fit package for the different residents of the area, so it has been considered the elaboration of this taking into account all the strategies to be used and legal permits that are necessary.

Keywords: *Crossfit, workouts, health, functional, exercises, nutrition*

INTRODUCCIÓN

En el ámbito mundial son muchos los países en los que la actividad física va en descenso, una sociedad altamente inactiva con tendencia al sedentarismo y malos hábitos alimenticios; según datos de la OMS (Organización Mundial de la Salud, la falta de actividad es realmente considerable en los últimos años, el 23% de los adultos y el 81% de los adolescentes en edad escolar no son suficientemente activos al deporte o alguna actividad física. (Salud, 2019).

La organización mundial de la salud define la salud como “un estado completo de bienestar físico, mental y social”, lo que supone que este concepto va más allá de la existencia o no de una u otra enfermedad, en consecuencia, más que de una vida sana hay que hablar de un estilo de vida saludable del que forman parte de una alimentación, el ejercicio físico, la prevención de la salud, el trabajo, la relación con el medio ambiente y la actividad social.

Actualmente un alto número de personas no disponen de tiempo y no gozan de buena salud; como consecuencia de no realizar actividad física se han incrementado el porcentaje de pacientes enfermos por estrés y otras posibles enfermedades como: presión arterial, enfermedades cardíacas, sobrepeso, obesidad, diabetes, osteoporosis y colesterol alto.

A medida que aumenta la edad en las personas se pierde la forma física y de a poco se va deteriorando la salud, esta situación debe ser motivo para tomar acciones a fin de mejorar el estilo de vida aumentando la necesidad de realizar alguna actividad para mejorar la salud, la falta de ejercicio es el principal factor de riesgo para la salud de las personas, esta carencia no afecta solo al individuo, sino que en cierto modo se ha convertido en un problema social.

La alimentación del grupo humano puede determinar un perfil de su estilo de vida y de lo que representa al ámbito alimenticio, así mismo esta

clase de desórdenes tienen su origen en el aspecto cultural el cual puede ser debidamente orientado en beneficio de mejorar la salud.

Como consecuencia de la falta de ejercicio los músculos no superan a largo plazo el umbral de estimulación que una persona no entrenada posee que es el 30% de su fuerza máxima y el 50% de su capacidad máxima de resistencia cardiovascular, estas capacidades deben ser restituidas y se lo puede conseguir a través de una alimentación sana combinada con ejercicio adecuado, es por eso que toma importancia la propuesta de un paquete Fit elaborado, el cual contiene estos dos importantes componentes que mejoran la salud.

La nueva tendencia del concepto Fitness ha tenido una gran acogida desde el siglo XXI, en los últimos 5 años quieren tener una vida saludable y sentirse bien es un factor primordial. Sin embargo, en la nueva adopción siempre hay un factor riesgo la cual lleva a las nuevas prácticas tener una vida más saludable y es necesario tener un acompañamiento de un régimen alimenticio acorde a cada una de las necesidades.

Los habitantes del cantón Samborondón específicamente de la ciudadela Ciudad Celeste también tienen las consecuencias del sedentarismo y de la falta de ejercicio debido a su actual estilo de vida, la incidencia del sedentarismo, largas jornadas de trabajo o educativas, sumados al trajín diario personal afectan la salud y estética física de los habitantes de este sector.

Ante esta situación es necesario establecer modelos de negocio que contribuyan al mejoramiento de la calidad de la vida humana, es por esta situación que es importante establecer paquetes FIT como una opción para el mejoramiento de la calidad de vida, salud y estética de los habitantes de este sector, adicionalmente se considera una infraestructura adecuada como la tiene la empresa Zona Fitness, con estos componentes se posibilita llevar a cabo alcanzar los diferentes objetivos para mejorar la salud y nutrición de los habitantes llevando un verdadero control sobre la planificación física y nutricional.

El capítulo I define la actividad de la empresa, que es un gimnasio especializado donde los clientes buscan nuevas experiencias y se describe sus características y los servicios profesionales de cultura física.

El capítulo II se establece el estudio de mercado y la empresa donde se especifica a la población y muestra, estableciendo la selección del método muestral y las técnicas de recolección de datos, adicionalmente se muestran los resultados de la encuesta realizada y se realiza el respectivo análisis externo.

En el capítulo III se fundamentan las estrategias, metas y objetivos comerciales, se establece el plan comercial y su diseño de la compensación comercial por el área comercial y se trata del control de volumen de ventas.

En el capítulo IV se elabora el estudio económico y financiero donde se demuestra la inversión del proyecto, el flujo de caja, la tasa interna de retorno, y el valor actual neto, que son los indicadores de beneficio o pérdida de la inversión y de la viabilidad del proyecto.

DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO

El presente proyecto tiene como objetivo principal diseñar el plan de negocios para la comercialización de paquetes de entrenamiento Fit, con la empresa Zona Fitness, en el cantón Samborondón, ciudadela Ciudad Celeste, el mismo que a través de un plan integral saludable abarca cultura física adecuadamente diseñada para cada persona, adicionalmente se presentará con un plan nutricional dando como resultado inicial un mejoramiento perceptible de la salud y del físico de cada persona.

El contenido del estudio se basa en investigaciones realizadas por profesionales de la salud y de la cultura física, los cuales a través de sus experiencias y aplicación de conocimiento científico demuestran las bondades de las rutinas deportivas adecuadas, adicionalmente la valoración energética de los alimentos suma al correcto funcionamiento de los sistemas del cuerpo humano, balanceando el consumo de energía del cuerpo humano con la adecuada alimentación.

Los beneficiarios de este proyecto son habitantes de una ciudadela de clase media del cantón Samborondón denominada Ciudad Celeste, estos habitantes poseen las características adecuadas ya que sus ingresos económicos les permiten realizar gastos con respecto a su físico y estado de salud, adicionalmente este tipo de sociedades conviven en un estado de buena vecindad lo que facilita la difusión y el desarrollo de las actividades que plantea el proyecto Fit.

El resultado esperado es la aceptación del plan de entrenamiento Fit por parte de los habitantes del sector escogido a fin de que en el corto plazo obtengan una mejora perceptible de su salud y de su estado físico, así como unos mejores hábitos de alimentación lo cual en el corto plazo la población lo percibirá como un servicio necesario.

JUSTIFICACIÓN

Luego de la pandemia producida por el virus SARS COVID 19, la humanidad se ve obligada a mejorar su calidad de vida con prácticas que permitan mejorar o reestablecer la condición física, la resistencia y el nivel de salud de la población.

El estilo de vida actual ha generado un alto número de personas que no disponen de tiempo y no gozan de buena salud por las diversas ocupaciones que no les permiten realizar actividad física, esta situación ha incrementado el número de personas enfermas por estrés y otras afectaciones físicas y emocionales que entre las más comunes son: presión arterial, enfermedades cardíacas, sobrepeso, obesidad, diabetes, osteoporosis y colesterol alto.

El presente trabajo trata de establecer la comercialización de paquetes de entrenamiento Fit que contienen prácticas saludables, que son acciones que cuidan, mantienen y protegen a la salud, las principales características de estas prácticas son: cuidar de la salud de manera integral, proteger al organismo físico, buscar estabilidad física y mental, comer de manera saludable y realizar ejercicios físicos y luchar contra el estrés.

Actualmente este tipo de prácticas son una corriente positiva mundial, la población ecuatoriana también está interesada en este tipo de experiencias, pero el principal inconveniente es el actual estilo de vida producto de los efectos de la pandemia COVID 19.

A fin de dar solución a esta problemática se plantea elaborar paquetes Fit los cuales contienen rutinas de ejercicio físico, pero deben estar acompañados de una adecuada alimentación y bajo supervisión y acompañamiento profesional.

En cantón Samborondón tiene una población de aproximadamente 25.657 habitantes, la cual se encuentra distribuida en aproximadamente 12826 hombres y 12829 mujeres, dentro de esta población se encuentran los 16.990

habitantes de la ciudadela Ciudad Celeste, la mayor cantidad de habitantes por edad están comprendidos entre los 15 a 29 años seguido por los habitantes de 30 a 44 años de edad, estas cifras permiten establecer que se ha identificado una población importante en la cual un alto número de personas desean establecer practicas saludables pese que no disponen de tiempo y no gozar de buena salud, consientes que al no realizar actividad física, se incrementa su predisposición a ciertas enfermedades y a subir los niveles de estrés.

Un aporte al mejoramiento de la salud física es contar con la infraestructura adecuada por parte de la empresa Zona Fitness la cual se encuentra ubicada en la ciudadela Ciudad Celeste, permitiendo a los habitantes de esta área, contar con un lugar adecuado y con profesionales que pueden guiar adecuadamente los paquetes de rutinas físicas y establecer y sugerir a los posibles clientes dietas saludables que contribuyan a mejorar su alimentación y combinadas con el ejercicio físico puedan brindar una mejora integral a la salud.

Por tanto, se plantea las actividades físicas y deportivas más indicadas para la prevención de las distintas enfermedades consecuencia del ejercicio insuficiente, de los cuales son nombrados a continuación:

- Sistema Cardiovascular
- Metabolismo
- Sistema hormonal, sistema nervioso y central (trastornos de coordinación)

Cada vez son más las evidencias científicas las que concluyen que un adecuado estilo de vida tiene repercusión de manera importante en la mejora del entorno, de las actividades, de la alimentación que mejoran la existencia de las personas, siendo la actividad física aquella que contribuye a alcanzar y mantener el desarrollo físico, psíquico y social acordes a la evolución y necesidades de cada persona.

Es por ello por lo que surge la necesidad de un paquete que integre entrenamiento físico y a su vez un asesoramiento nutricional, situación que permitirá mediante las respectivas rutinas a llevar a cabo alcanzar los diferentes objetivos en el aspecto físico y estableciendo un verdadero control sobre la planificación nutricional.

En consecuencia, este presente plan de negocios para implementar paquetes Fit con la empresa Zona Fitness, se relaciona a los diferentes aspectos humanos deportivos y de bienestar social a crear un ambiente y un pensamiento más saludable que incluya no solo entrenamientos sino también un paquete con toda la asesoría nutricional.

OBJETIVO GENERAL

Diseñar el plan de negocios para la comercialización de paquetes de entrenamiento Fit, con la empresa Zona Fitness, en el cantón Samborondón, ciudadela Ciudad Celeste.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

1. Determinar el mercado objetivo del plan de negocios para la comercialización de paquetes de entrenamiento Fit, con la empresa zona fitness, en Samborondón ciudadela Ciudad Celeste.
2. Identificar las necesidades de los clientes en la ciudadela Ciudad Celeste.
3. Proponer la estrategia comercial y de mercado
4. Identificar los requerimientos de publicidad.
5. Determinar la viabilidad financiera del plan.

LÍNEAS DE INVESTIGACIÓN

De acuerdo con la investigación sobre el Plan de negocios para la comercialización de paquetes de entrenamiento Fit, con la empresa Zona Fitness, en Samborondón ciudadela Ciudad Celeste el presente estudio se basará de acuerdo con la línea de investigación de la Universidad Católica Santiago de Guayaquil, UCSG, “Economía para el desarrollo social” de acuerdo con la cual se aplicarán las siguientes sublíneas con el fin de establecer un estudio acorde al objetivo planteado:

- Modelos de desarrollo económico
- Diseño y comunicación visual
- Teoría contable y sistemas de información
- Ética y responsabilidad social-empresarial
- Producción, comercialización y distribución de bienes y servicios

CAPÍTULO I

DESCRIPCIÓN DEL NEGOCIO

1.1. Actividad de la empresa

Le empresa Zona Fitness es un gimnasio especializado el cual permite realizar actividades físicas o deportes dentro de un recinto cerrado, debidamente equipado el cual posee las máquinas específicas para cierto tipo de entrenamiento y los diferentes accesorios deportivos los cuales están a disposición para los usuarios o clientes.

La empresa cuenta con profesionales en el área de la cultura física los mismos que poseen la experiencia suficiente, ellos realizan el debido acompañamiento para cada usuario, proporcionando un servicio personalizado, también tienen la tarea de evaluar la fisiología del usuario y sugerirle un plan de ejercicios y nutrición a la medida, esta experiencia profesional permite hacer la diferencia con los servicios similares del sector.

El programa de entrenamiento se encuentra diseñado de manera que agregue beneficios físicos, nutricionales y autoestima al usuario, tratando de evitar al máximo el sobreesfuerzo lo cual es nocivo ya que puede ocasionar lesiones permanentes.

Los programas de entrenamiento físico para la empresa Zona Fitness están esbozados por cuatro actividades fundamentales las cuales son: musculación, crossfit, atletismo y natación, actividades esenciales para la mejora cardiovascular de los individuos, cada una de las actividades físicas dispone de procedimientos apropiados para cada persona estableciendo una rutina adecuada de acuerdo con su peso y edad.

En los programas físicos se realiza indicaciones respecto a la nutrición de los participantes los mismos que tienen adecuadas guías nutricionales para equilibrar el consumo de proteínas, grasas,

carbohidratos y nutrientes a fin de que se ajuste el esfuerzo físico con la nutrición adecuada.

El nicho de mercado es la ciudadela Ciudad Celeste del cantón Samborondón la cual actualmente cuenta con 13.795 habitantes los cuales están distribuidos en 13 urbanizaciones con 2759 viviendas, sin dejar de contar con importantes ciudadelas cercanas como Villa Club, La Joya y Villa del Rey que juntas conforman un significativo polo de desarrollo urbanístico en las cuales habitan más de 97.300 habitantes. (Celeste, 2022).

Zona Fitness cuenta con horarios programados (05:00 a 10:00 y 17:00 a 22:00), esta flexibilidad horaria esta adecuada para las personas que tienen trabajo fijo, para amas de casa, estudiantes y público en general, en estas horas se considera que la población ya sea por la temperatura del día o por ser un horario antes y después de horas laborables permite la asistencia del público.

En el plan de negocios a desarrollar en Ciudad Celeste permite observar la ausencia de este tipo de negocios o paquetes, que se evidencia, mediante observaciones y se pudo demostrar la necesidad que tienen varios moradores del sector en este nuevo programa de entrenamientos donde con ejercicios generándose así la posibilidad de un negocio con un paquete Fit atractivo para los clientes potenciales.

Gimnasio Especializado

Los clientes en la actualidad buscan nuevas experiencias personalizadas en su relación con el gimnasio que desean frecuentar, tratan de evitar la masiva concurrencia a grandes salas, las excesivas aglomeraciones, las clases generalizadas, y buscan sobre todo un acercamiento con el instructor. La nueva cultura del cliente busca no solo ser un número más en el espacio deportivo, busca recibir una bienvenida calurosa al iniciar sus actividades, busca seguimiento en cuanto a sus rutinas y avance, busca compañeros con intereses comunes, estos detalles hacen que el cliente presuma del gimnasio que frecuenta. (EFAD, 2022).

Los gimnasios especializados tienen las siguientes características:

- a) Su modelo de funcionamiento es con pocas disciplinas o en combinaciones de estas.
- b) Se paga por las actividades que se realiza.
- c) Disponen de atenciones personalizadas como son las bebidas energizantes favoritas, zonas de confort y relax, revistas especializadas al alcance de los clientes, música ambiental.
- d) Se dispone de instructores profesionales con la experiencia adecuada y titulados.
- e) Son espacios diseñados con comodidades, iluminación agradable, vistas panorámicas, esto para realizar la actividad que los identifica.
- f) Transmiten experiencias y emociones que el cliente requiere en cada momento, esa satisfactoria atención a pedido que el cliente busca.

Servicios profesionales de Cultura Física

Para entender el concepto de “profesión” hay que diferenciarla del término “ocupación remunerada” donde el primero es un término más restringido que ocupación, la profesión tiene claramente el reconocimiento social de servicios diferenciados y una o varias formaciones específicas reconocidas legalmente, los profesionales de actividad física o deporte son los que deben desarrollar las funciones específicas de actividad física y son cualificados para garantizar la realización adecuada de dichas funciones con seguridad y beneficios que brinda la actividad física y deporte. (Antonio, 2007).

Generalmente las personas que trabajan en el área de educación física por las necesidades generadas por los clientes no realizan una labor adecuada, no aportan con las bondades esperadas y más bien se convierten en portadores de perjuicios y riesgos para la salud, por ello debe haber vocación y conocimiento para garantizar los resultados esperados por los clientes.

La ley del Deporte en el Ecuador (Ecuador, 2010) estipula que la educación física y recreación es derecho de los ciudadanos practicar deporte, realizar educación física y acceder a la recreación, sin ningún tipo de discrimen, así mismo clasifica al deporte como:

- a) Deporte Formativo
- b) Deporte de Alto Rendimiento
- c) Deporte Profesional
- d) Deporte Adaptado y/o Paralímpico

Con esta clasificación no se incluye las iniciativas particulares como lo son los Gimnasios, Salas de entrenamiento particular de artes marciales, escuelas particulares de Gimnasia y otros deportes, ya que únicamente clasifica al deporte que es manejado o auspiciado por:

- a) Clubes Deportivos especializados
- b) Ligas Deportivas Cantonales
- c) Asociaciones Provinciales por Deporte
- d) Federaciones Deportivas Provinciales

Esta Ley fomenta, protege y regula al sistema deportivo, educación física y recreación en el territorio nacional, regula técnica y administrativamente a las organizaciones deportivas en general sus dirigentes, utilización de escenarios deportivos públicos o privados financiados con recursos del Estado, por lo tanto el manejo del deporte en el ámbito privado no está regulado y al no estar dentro de una normativa se omiten actividades esenciales como es la profesionalización de las personas que manejan este tipo de negocios.

Programa de acondicionamiento físico

Los programas de acondicionamiento físico son entrenamientos mediante los cuales se desarrollan capacidades y habilidades físicas las cuales son necesarias para establecer una salud adecuada como para la activación deportiva.

También se define al programa de entrenamiento como un modelo sistemático el cual detalla la actividad y es realizado por un especialista deportivo con el fin de determinar la actividad física

correcta y eficiente en función de las características físicas de cada persona. (TOPDOCTORS ESPAÑA, 2022).

El objetivo fundamental de un programa de acondicionamiento físico es, mejorar la constitución, condición y naturaleza del cuerpo en cuanto a factores como la flexibilidad, resistencia, potencia, fuerza, equilibrio, agilidad, energía y coordinación. Permite optimizar el funcionamiento del sistema neuromuscular, mejorar los tiempos de acción y reacción y aumentar la tensión muscular.

Un programa de acondicionamiento físico tiene que respetar la fisiología muscular, en lo respectivo a las limitaciones y flexibilidad propia del individuo con el fin de optimizar el resultado posible.

En un programa de acondicionamiento físico son necesarios los siguientes factores:

- a) Conocer con exactitud la edad del cliente
- b) Conocer el estado de salud del cliente y verificar si puede tener enfermedades que puedan interferir con la preparación física.
- c) Establecer fechas para alcanzar los objetivos fijados estableciendo desde el inicio el tiempo que deberá dedicar al entrenamiento en términos de días, semanas y horas.
- d) Se define tiempos de descanso
- e) Determinar que los ejercicios sean apropiados para el cuerpo, la musculatura y edad del cliente.
- f) Asegurarse que sean correctivas las técnicas de ejecución de los ejercicios y que estén enfocadas a perder peso, o aumentarlo, o a definir masa muscular.

Programa de nutrición

Un programa nutricional sigue un protocolo de dieta en función de las necesidades nutricionales de cada cliente, el objetivo de estos programas es cambiar los hábitos alimenticios según el estado metabólico y fisiológico de cada cliente.

Estos nuevos programas intentan mejorar el estilo de vida relacionando con los modelos de consumo de los alimentos. Para ello existen factores que deben ser considerados como la disponibilidad alimentaria, la aceptabilidad cultural y los recursos alimentarios viables.

En función de la aplicación de estos programas se debe conocer los procesos que puedan afectar la calidad nutricional, organoléptica o microbiológica de los alimentos, así como los efectos o repercusión que pueden ocasionar en la salud del cliente.

En la planificación nutricional se debe realizar una evaluación inicial de la persona, identificar sus necesidades, carencias o excesos nutricionales, y definir las acciones que se van a realizar.

Los programas nutricionales se deben aplicar en forma individual con distintas finalidades con el fin de prevenir enfermedades y el adelgazamiento injustificado, se debe seguir protocolos de dieta en función de las necesidades de cada persona, el real objetivo es cambiar los hábitos alimenticios según el estado fisiológico y metabólico de cada persona. (Education, 2022).

Con el fin de realizar un programa nutricional adecuado se deben seguir los siguientes pasos:

- a) Se debe valorar el estado de salud a fin de determinar la partida, se debe realizar una evaluación antropométrica, verificar la historia clínica, y un estudio general de la persona incluyendo sus intolerancias alimentarias.
- b) Evaluar aquellos aspectos que influyen indirecta o directamente en el aprovechamiento de la alimentación, evaluar el perfil nutricional de donde se ve el estilo de vida.
- c) Elaboración del programa nutricional
- d) Realizar el seguimiento y evaluación periódica a fin de realizar las modificaciones de acuerdo con la adaptación y respuesta física del cliente.

Plan de Negocios

Hay una enorme diferencia entre tener una idea de negocio y llevarla a cabo, para llevar a cabo un negocio existen procesos que legales, de mercadeo, de marketing y administrativos que hay que cumplirlos ya sea de manera formal o informal.

Un plan de negocio es poner en orden las ideas, desarrollarlas con orden y perfilar el resultado, hay que ser minucioso en el detalle ya que es una aventura empresarial en la que una persona quiere emprender.

Dentro del plan de negocio se debe despertar interés de socios potenciales o inversionistas y fuentes de financiamiento como bancos cuando se necesita capital para el proyecto, es de vital importancia que el desarrollo del plan sea útil, centrado y realista en los planes. (Wix, 2022).

Los elementos básicos de un plan de negocios son:

- a) Resumen ejecutivo
- b) Descripción del negocio
- c) Productos y servicios
- d) Análisis del mercado
- e) Plan de marketing
- f) Gestión y organización
- g) Viabilidad financiera
- h) Y toda la información debe estar respaldada con anexos

1.2. Misión, visión

Misión

Mejorar la calidad de vida de los ciudadanos de la comunidad de Ciudad Celeste a través de ejercicios físicos y entrenamiento diario, para fortalecer su condición física, mental y emocional.

Visión

Ser el centro de entrenamiento líder en Ciudad Celeste brindando los servicios necesarios para satisfacer y fortalecer física, mental y emocionalmente a los ciudadanos de la comunidad.

1.3. Descripción de portafolio actual del servicio

El portafolio de servicios puede ser una presentación digital o un documento físico en el cual un prestador de servicios, en este caso la empresa Zona Fitness describirá con detalle la información que sea relevante en cuanto al negocio con el fin de que los potenciales clientes puedan conocer el negocio.

A quien está dirigido el portafolio:

El cantón Samborondón actualmente posee una superficie de 252 kilómetros y tiene una forma geométrica que se aproxima a un rectángulo; tiene una población aproximada a los 100.000 habitantes y la zona urbana concentra a la mayoría de los pobladores, la importante ventaja de este cantón es que el 54% de los habitantes oscilan entre la edad de 0 a 29 años.

Este importante cantón actualmente tiene un polo de desarrollo que se ha constituido por la construcción de las ciudadelas Villa Club, Villa del Rey, La Joya y Ciudad Celeste, siendo un referente urbanístico dinámico y armónico por su desarrollo de infraestructura y sector comercial, actualmente está constituido por 97.300 habitantes.

Zona Fitness está dirigido principalmente a las 2.759 familias ubicadas en la Ciudadela Ciudad Celeste la cual tiene una población aproximada de 13.795 habitantes de los cuales aproximadamente el 50% de su población constituye población joven, estas generaciones tienen ya en su psiquis cultural una preferencia a las actividades sanas y al deporte.

Por lo tanto, es en este nicho de mercado donde se dirigirá este portafolio de servicios.

Contenido:

Zona Fitness presenta un servicio de paquetes de entrenamiento físico de distintas disciplinas acompañadas de un programa nutricional personalizado.

Entre el servicio de entrenamiento físico tiene las siguientes actividades:

Entrenamiento funcional: Por definición significa entrenar con un propósito, en otras palabras, significa que debe mantener un efecto positivo en la actividad deportiva que se practica y debe obtener un efecto favorable en el deporte o actividad practicada.

Para este tipo de entrenamiento se cuenta con material como ligas, TRX que es un sistema en donde se realizan actividades en suspensión, donde las manos o pies del deportista se encuentran sostenidas en un punto de anclaje mientras que la otra parte del cuerpo se encuentra apoyada en el suelo; es importante precisar que este tipo de equipamiento debe considerarse como una parte del entrenamiento ya que el entrenamiento funcional consiste en desarrollar programas de ejercicio utilizando los conceptos de anatomía funcional de manera práctica.

Este tipo de entrenamiento desarrolla de manera práctica los movimientos del cuerpo en todos sus ejes y rangos de movimiento natural, en otras palabras, entrena al cuerpo humano como este funciona dando respuesta a dos preguntas: ¿Para qué está preparado el cuerpo humano! Y ¿Qué puede hacer!

Este entrenamiento es el más evolucionado ya que son ejercicios integrados que respetan la funcionalidad anatómica del cuerpo humano y su fin es mejorar la habilidad de cada persona para que pueda hacer sus actividades diarias de una manera más eficaz. (Globalfitness.pro, 2017).

El entrenamiento funcional mejora al cuerpo en los siguientes aspectos: fuerza, velocidad, potencia, agilidad, movilidad, estabilidad articular, pérdida de grasa, prevención de lesiones, coordinación, tonificación muscular, postura corporal, y rehabilitación de lesiones.

Figura 1

TRX Entrenamiento Funcional.



Nota: Tomada en Ciudad Celeste

Crossfit: Es un programa de fuerza y acondicionamiento para la zona central del tronco, se debe entender que crossfit no es un programa de fitness especializado, es un intento deliberado de optimizar la actitud física dentro de los 10 dominios del fitness que son: resistencia cardiovascular/respiratoria, la fuerza, la estamina, la potencia, la flexibilidad, la velocidad, la agilidad, la coordinación, el equilibrio y la exactitud.

Este programa se desarrolló para mejorar la competencia de las personas en todas las tareas físicas, quienes lo practican se entrenan para obtener un rendimiento exitoso en múltiples desafíos físicos los cuales pueden ser diversos y aleatorios. Este tipo de fitness lo requiere el personal militar, bomberos, personal policial y múltiples personas que practican deportes que exigen destreza física total o completa.

El enfoque del crossfit es maximizar la respuesta neuroendocrina, desarrollar potencia, realizar entrenamiento combinado con múltiples ejercicios, entrenar y practicar constantemente con movimientos funcionales y desarrollar estrategias exitosas de nutrición.

El entrenamiento crossfit empieza con movimientos básicos a avanzados, logrando alcanzar gran capacidad de control del cuerpo tanto de forma dinámica como estáticamente, logrando maximizar la flexibilidad y proporción peso-potencia. También está enfocado en el levantamiento de pesas olímpico ya que esta disciplina presenta una

habilidad única para desarrollar potencia explosiva, el control de objetos externos y el dominio de patrones de movimiento motriz del deportista, y ayuda a los atletas a explorar una gran variedad de deportes para que puedan expresar y aplicar su fitness. (Crossfit journal, 2017).

Musculación: Es una actividad orientada al desarrollo muscular y tonificación mediante el uso de máquinas y pesas, la cual consigue: desarrollar salud mental y física, mejora la imagen personal, incrementa la fortaleza física, mayor rendimiento en actividades físico-profesionales, mayor relajación integral y autoestima y confianza en las propias posibilidades.

La ventaja mayor de trabajar con peso o cargas, tanto en el deporte como a nivel del culturismo es la versatilidad del sistema de trabajo, existen rutinas individuales y trabajos en grupo como la preparación física para adultos, equipos profesionales de deportes, cuya finalidad es mejorar su rendimiento, para conseguir mejores resultados ya sean deportivos o estéticos o la propia satisfacción de quienes lo practican, se debe verificar que cada uno realice el esfuerzo adecuado, sin pasar el límite soportable o por el contrario sin perder el tiempo al ser excesivo o insuficiente la carga de trabajo empleada.

El trabajo del técnico o entrenador en sala debe ser con la dedicación integral al alumno que está en ella, el entrenador debe actualizar sus conocimientos a través de preparación y lectura, la misma que nunca debe ser durante las sesiones de entrenamiento, durante la sesión, el entrenador debe realizar la correcciones oportunas adecuadas en tiempo y forma, verificar que la progresión del alumno sea de forma idónea, si el entrenador no atiende a los alumnos es mejor que se prescindiera de él y se contrate a la persona adecuada. (Velasco, 2018).

En cuanto a la técnica se refiere se deben observar las siguientes normas:

- a) La respiración
- b) La concentración de movimientos

- c) Los descansos
- d) Los cambios de rutina
- e) El sobreentrenamiento

Atletismo: Es un deporte que contiene varias disciplinas agrupadas en carreras y saltos, lanzamientos, pruebas combinadas y marcha. Es considerado como el arte de superar el rendimiento de la adversidad en velocidad, resistencia o en distancia y en altura, la cantidad de pruebas individuales o en equipo han variado en el transcurso del tiempo y la mentalidad humana.

El atletismo es un deporte universal de manera aficionada o profesional, su éxito a nivel mundial es explicado por la simplicidad y pocos medios necesarios para su práctica.

El atletismo es el deporte en el cual se fundamentan todos los otros deportes existentes, como tal supone todas las habilidades relacionadas con las otras disciplinas deportivas (concentración, fuerza física, reflejos, inteligencia, etc.) adicionalmente necesita el funcionamiento de complejos sistemas que permitan la superación del atleta (desarrollo técnico, alimentación, métodos de entrenamiento, equipo, estudios psicológicos, y motivación).

El atletismo en términos generales se lo puede enunciar como un conjunto de pruebas que de carácter individual o colectivo se fundamentan en tres actividades esenciales: la carrera, el salto y el lanzamiento de objetos; tiene la virtud de ser en todo momento de carácter competitivo cuyos resultados tienen una valorización en unidades de tiempo, medida y distancia, la importancia que el atletismo ha adquirido queda reflejada en que se lo considera el deporte de mayor importancia de los deportes incluidos en los Juegos Olímpicos. (Guzmán, 2012).

A continuación, mencionamos sus principales pruebas:

- a) Velocidad
- b) Carreras de fondo y media distancia
- c) Carreras en ruta
- d) Carreras con vallas

- e) Relevos
- f) Saltos
- g) Lanzamientos
- h) Pruebas combinadas
- i) Marcha atlética

Natación: Se define como el movimiento o desplazamiento a través del agua mediante el uso de las extremidades corporales con la premisa que no se utilice ningún elemento o instrumento artificial.

La natación es un deporte recreativo muy favorable para el ser humano, considerando que es un ejercicio aeróbico el cual disminuye los efectos nocivos del estrés, esta disciplina fortalece el sistema muscular y cardiovascular.

El ser humano puede desplazarse en el agua gracias a la acción propulsora de movimientos rítmicos coordinados y repetitivos de los miembros superiores, inferiores y del cuerpo que le permite vencer la resistencia del agua y desplazarse sobre ella.

La natación eminentemente es un deporte de técnica y luego está el entrenamiento para velocidad y resistencia es de considerar que el agua no es el medio natural de permanencia del ser humano es por ello que la natación requiere movimientos corporales no naturales y poco intuitivos. (guiafitness, 2013).

Este favorable deporte permite requerimientos especiales que favorecen a las personas como ninguna otra disciplina tal es el caso de las personas embarazadas, casos de asmáticos, epilépticos o aquellos casos que tengan una meneguía física son muy favorecidos con esta actividad, los beneficios de la natación son:

- a) Contribuye con la firmeza cardio pulmonar
- b) Estimula la circulación sanguínea
- c) Contribuye a mantener una firme presión arterial
- d) Reduce el peligro de contraer enfermedades cardiovasculares
- e) Desarrolla más de dos tercios de los músculos del cuerpo humano

- f) Aplica tensiones
- g) Prospera la postura del cuerpo
- h) Influye y crea en el estado de ánimo de manera positiva
- i) Fortifica los tejidos de las articulaciones evitando posibles lesiones
- j) Prospera el desarrollo psicomotor
- k) Ayuda al progreso y crecimiento físico-psíquico

La tecnología para presentar el portafolio de servicios:

En la actualidad la tecnología se ha vuelto una indispensable herramienta para presentar y promover productos y servicios, cada vez se observa en los diferentes medios tecnológicos la presentación de anuncios en las diferentes plataformas digitales, los cuales buscan atraer a potenciales clientes o socios sin la necesidad de crear portafolios físicos.

Los medios más utilizados que Zona Fitness puede presentar al público su portafolio de servicios son los siguientes:

Páginas Web

Documentos Word

Presentaciones Power Point

Redes Sociales (Instagram, Facebook, Tick Tock)

Las páginas web se han convertido el medio más completo para la prestación de portafolios de servicios en ellas se pueden añadir varios elementos ilustrativos e instrucciones específicas las cuales tienen un efecto positivo en el público, el tener una página web puede ayudar a potenciar los servicios que posee la empresa haciéndolos más relevantes y con una cobertura amplia y en un horario indefinido.

Una ventaja fundamental de las páginas web es que se puede realizar actualizaciones de los servicios que se puede ofrecer, es decir cada que exista productos o actividades nuevas la actualización es inmediata, se debe cuidar el diseño de la página web, esta debe ser atractiva, debe tener los elementos que cautiven al cliente, esta herramienta tecnológica nos permite mostrar promociones o

descuentos convenientes los cuales duran un tiempo limitado, situación que permite acelerar la decisión del posible cliente.

Los Documentos Word emitidos a correos electrónicos específicos potencian con información relevante gráfica o escrita; a través del envío de estos documentos se puede emitir guías funcionales para iniciar determinado paquete de ejercicios, guías de cuidados médicos relacionados con la actividad física, se puede enviar información como horarios, actividades especiales, promociones y descuentos.

Las presentaciones Power Point, facilitan de una manera gráfica la información que recibe el usuario, la ventaja de estas es que el usuario las puede enviar y compartir fácilmente a través de los medios tecnológicos, se debe cuidar que la información contenida sea completa o que contenga el mensaje entendible que debe recibir el cliente o usuario.

Las redes sociales son estructuras que mediante el uso del internet son formadas por personas u organizaciones que conectan uno o varios intereses en común, a través de ella ocurre una creación de relaciones entre personas o instituciones de forma rápida, sin utilizar las jerarquías o límites físicos, las redes sociales operan en los diferentes niveles sociales y tipos de públicos como el profesional, deportivo, publico que busca actividades que liberen su estrés o para tonificar su cuerpo o simplemente para mejorar su estado de ánimo o salud, que son los grupos de personas que se necesitan para activar este tipo de negocio.

La información del portafolio de servicios:

Introducción: La empresa Zona Fitness tiene como finalidad elaborar paquetes Fit para los habitantes de la urbanización Ciudad Celeste que pretender mantener una buena condición física, lugar donde esta compañía se dedica a brindar servicios de entrenamientos físicos personalizados dentro de este complejo en la ciudad de Samborondón, aquí se promueve la actividad física de los habitantes

en diferentes horarios, y se desarrollan distintas disciplinas como crossfit, musculación, natación, entre otros.

- a) **Nombre de la Empresa:** Zona Fitness
- b) **Año de Fundación:** 2020
- c) **Como comenzó el negocio:** Esta empresa inició sus actividades en el año 2018 por el Sr. Gustavo Díaz, quien vio una oportunidad de un emprendimiento y ayuda al resto de personas que necesitan ser asesoradas por un profesional. Apoyado con sus conocimientos y capacidades en esta rama.
- d) **Tipo de servicios:** Paquetes de entrenamiento Fit en las disciplinas de:
 - a. Entrenamiento Funcional
 - b. Cross Fit
 - c. Musculación
 - d. Atletismo
 - e. Natación
- e) **Cartera de Clientes:** Nuestra cartera de clientes está constituida principalmente por miembros de las familias de los 3398 hogares que conforman esta urbanización Ciudad Celeste, principalmente personas entre los 20 y 50 años, los cuales realizan actividades físicas o quieren mantener su condición física o fortalecer su cuerpo.
- f) **Certificados de calidad:** Contamos con personal calificado los cuales están debidamente acreditados por organismos deportivos competentes, nuestra personal cuenta con la experiencia en competencias y certámenes deportivos nacionales e internacionales, este personal realizara entrenamientos supervisados y personalizados, dependiendo de la contextura física, peso, actividad y situación de salud del cliente.
- g) **Nuestros Proveedores:** Contamos con proveedores de productos certificados por la FDA de los Estados Unidos de América, con nutrientes y suplementos alimenticios los

cuales deben ser dosificados de acuerdo con la condición física y de salud de nuestros clientes para lo cual realizamos el debido asesoramiento.

- h) **Colaboración con otras empresas:** Zona Fitness realiza asesoramiento específico en cuanto a ejercicio físico para diferentes tipos de empresas que busquen dar un valor agregado a sus empleados, fomentando actividades deportivas y saludables, esta actividad se la realiza a través de convenios con las diferentes instituciones o empresas privadas.

CAPÍTULO II

ESTUDIO DE MERCADO Y LA EMPRESA

2.1. Población, muestra

La población es el conjunto de todos los datos que concuerdan con una serie de especificaciones (Dr Roberto Hernandez Sampieri, 2010), es importante describir suficientemente las características de la población de acuerdo con sus especificaciones, es de tener cuidado de en realizar la delimitación de los parámetros muestrales.

La muestra en esencia se define como un subgrupo de la población, se afirma que es un subconjunto de elementos que pertenecen a ese conjunto definido en sus características al que se lo denomina población.

Pocas veces se puede medir a toda la población por lo que se pretende escoger a una muestra y el resultado esperado es que este subconjunto sea el reflejo fiel del conjunto de toda la población.

En las muestras probabilísticas todos los elementos de una población tienen las mismas oportunidades de ser escogidos y se obtienen definiendo el tamaño de la muestra y las características de la población de una selección aleatoria o mecánica de las unidades en análisis.

En las muestras no probabilísticas la elección de los elementos no depende de la probabilidad, sino con las causas originadas con motivo de la investigación o de quien decide hacer la muestra.

Para el presente caso siendo el método adecuado se ha tomado el método probabilístico y como muestra total la población de la ciudadela Ciudad Celeste, sector de Samborondón. Donde los datos de la página web de la urbanización muestran los siguientes datos: 15 urbanizaciones desarrolladas, 3398 viviendas y 16.990 habitantes. (Celeste, Ciudad Celeste , 2022).

La muestra se calcula según fórmula de población finita, la misma que se obtiene a partir de los siguientes datos:

N= Tamaño de la población:

Z= Nivel de confianza: 95% = 1,96

P= Probabilidad de éxito o proporción esperada: 5%

Q= Probabilidad de Fracaso: 5%

D= Precisión: 0,05

Para obtener la muestra se aplica la fórmula de muestreo la cual se presenta a continuación:

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

$$n = \frac{16.990 \times (1,96)^2 \times (0,5) \times (0,5)}{(0,05)^2 \times (16.990-1) + (1,96)^2 \times (0,5) \times (0,5)}$$

$$n = 375,71$$

Una vez obtenido el resultado de la muestra se procede a proporcionar las encuestas a los habitantes de Ciudad Celeste que son los que forman parte de la investigación.

El total de elementos a encuestar fueron 375, de los cuales como método de apoyo se utilizó la aplicación Google Forms que es una herramienta que nos ayuda con las encuestas, esta herramienta permite crear un formulario que depende de las necesidades que tiene el usuario y facilita el trabajo de tabulación de resultados ya que al

realizar las encuestas de manera on line los datos ingresados son almacenados en una hoja de cálculo lo cual ayuda con la recolección de datos obtenidos, la ventaja de esta aplicación es que si hay una hoja de cálculo vinculada a los formularios las respuestas se derivarán automáticamente a la hoja de cálculo, de no ser así el usuario puede ver la página de resumen de respuestas accesible desde el menú de la aplicación. (Google Forms, 2021).

Con la aplicación mencionada inicialmente se redactó cada pregunta enmarcada en las necesidades del encuestador, se distribuyó las encuestas a través de la masificación de emails de la base de datos de la Administración de la ciudadela Ciudad Celeste y posterior a ello se tabularon los resultados.

2.2. Selección del método muestral

En base al planteamiento del problema se selecciona la muestra probabilística o no probabilística, las hipótesis, el diseño de investigación, y el alcance de las contribuciones. La muestra probabilística presenta ventajas, la principal es que puede medirse el tamaño del error en las predicciones, se menciona que el principal objetivo en el diseño de una muestra probabilística es reducir al mínimo ese error al que se lo denomina error estándar. (Dr. Roberto Hernández Sampieri, 2010).

En los diseños de investigación transeccionales las muestras probabilísticas son esenciales, tanto descriptivos como correlacionales – causales, donde se pretende hacer estimaciones de variables en la población, estas variables se miden y analizan con las pruebas estadísticas de una muestra, donde se supone que esta es probabilística y todos los miembros de una población son susceptibles a ser elegidos.

Los elementos o unidades muestrales tendrán valores muy semejantes a la población, de manera que las distintas mediciones en el subconjunto, tendrá estimados precisos del conjunto mayor, la precisión de estos estimados depende del error del muestreo.

El método para usar para el presente proyecto se establece el método de muestreo probabilístico, donde se escoge personas que tienen la misma probabilidad sin discriminación alguna, esto es denominado aleatorio simple.

En el método probabilístico todos los elementos de la población tienen la misma probabilidad de ser escogidos, y esto se puede obtener definiendo adecuadamente las características de la población y el tamaño de la muestra y por medio de una selección aleatoria o mecánica las unidades de análisis.

Para el presente análisis se definen a las personas para encuestar aquellas entre las edades 20-50 años las cuales entran en los parámetros de población muestra y son las que realizan mayor actividad física en el sector de Ciudad Celeste en las distintas urbanizaciones.

2.3. Técnicas de recolección de datos

Referente a la técnica de recolección de datos como instrumento de investigación se describe la conceptualización sugerida por (Arias, 2012) establece un procedimiento clásico para las ciencias de la investigación para la recolección y registro de datos, el instrumento de recolección de datos sugerido es el cuestionario de preguntas cerradas aplicadas para el caso de los habitantes de la ciudadela Ciudad Celeste.

2.4. Presentación de la encuesta

Mediante el instrumento de la encuesta dirigido a propietarios de Ciudad Celeste, se pudo destacar varias preguntas donde los habitantes les agradecerían tener un paquete Fit de salud como también entrenamientos dentro de cada etapa en diferentes horarios. Los resultados fueron tabulados de acuerdo con las muestras seleccionadas y se muestran a continuación:

1.- Género

- a) Masculino
- b) Femenino

2.- Edad

- a) 15 a 25
- b) 25 a 35
- c) 35 a 45
- d) Más de 45

3.- ¿Con qué frecuencia realiza actividad física a la semana?

- a) 1 a 2 días
- b) 3 a 4 días
- c) 5 a 7 días

4.- ¿Asiste a algún centro de entrenamiento?

- a) Si
- b) no

5.- ¿Cuáles son sus horarios de entrenamiento?

- a) Matutino
- b) Vespertino
- c) Nocturno

6.- ¿Recibe algún tipo de beneficio adicional al entrenamiento donde realiza su actividad física?

- a) Si
- b) No

7.- ¿Qué actividad física le gustaría realizar en el centro de entrenamiento?

- a) Funcional
- b) Crossfit
- c) Musculación
- d) Pilates
- e) Bailoterapia
- f) Ninguna

8.- ¿Le gustaría entrenar en la etapa en la que vive?

- a) Sí
- b) No

9.- ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar mensualmente por el servicio de entrenamiento asistido?

- a) \$50

- b) \$75
- c) \$100

10.- ¿Te gustaría recibir un servicio de un fisioterapeuta o nutrición adicional al entrenamiento?

- a) Fisioterapia
- b) Nutrición
- c) Ninguno

11.- ¿Cuánto está dispuesto a pagar por cada servicio adicional?

- a) \$25
- b) \$50
- c) \$75

12.- Si ingresa al entrenamiento, ¿Cuál sería su motivación?

- a) Salud
- b) Estética
- c) Competir
- d) Formar parte de una comunidad fitness
- e) Solo el entrenamiento
- f) Entrenamiento más servicios adicionales

A continuación, se da a conocer los resultados más importantes de la encuesta realizadas a los habitantes de ciudad celeste – Samborondón.

Primera pregunta: Género

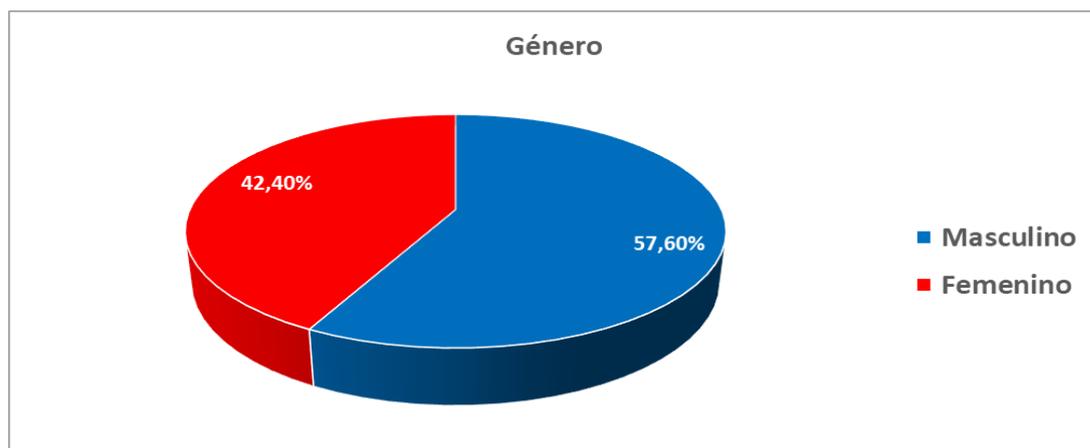
Tabla 1.

Género

| Válido | Descripción | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje Válido | Porcentaje Acumulado |
|--------|--------------|------------|-------------|-------------------|----------------------|
| | Masculino | 216 | 57,60% | 57,60 | 57,60 |
| | Femenino | 159 | 42,40% | 42,40 | 42,40 |
| | Total | 375 | 100% | 100 | 100 |

Figura 2

Género



Según la encuesta la mayor parte de la muestra son de género masculino en un 57,6% seguido de 42,4% de género femenino, esto demuestra que el género más interesado en adquirir el paquete Fit ofertado son las personas de género masculino.

Segunda pregunta: Edad

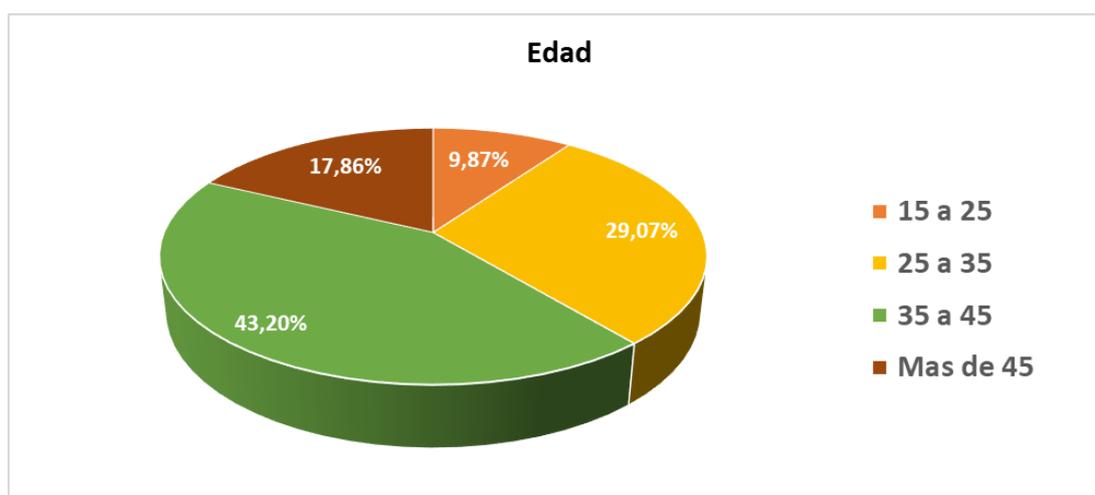
Tabla 2.

Edad

| Válido | Descripción | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje Válido | Porcentaje Acumulado |
|--------------|-------------|------------|-------------|-------------------|----------------------|
| 1 | 15 a 25 | 37 | 9,87% | 9,87 | 9,87 |
| 2 | 25 a 35 | 109 | 29,07% | 29,07 | 29,07 |
| 3 | 35 a 45 | 162 | 43,20% | 43,20 | 43,20 |
| 4 | Mas de 45 | 67 | 17,86% | 17,86 | 17,86 |
| Total | | 375 | 100% | 100 | 100 |

Figura 3

Edad



En la encuesta la mayor parte de la muestra corresponden a el rango de edad de 35 a 45 años de edad con 43.20% seguido por el rango de 25 a 35 años con 29,07%, los cuales serían los nichos de mercado adecuados para la oferta de programas de entrenamiento Fit.

Tercera pregunta: ¿Con qué frecuencia realiza actividad física a la semana?

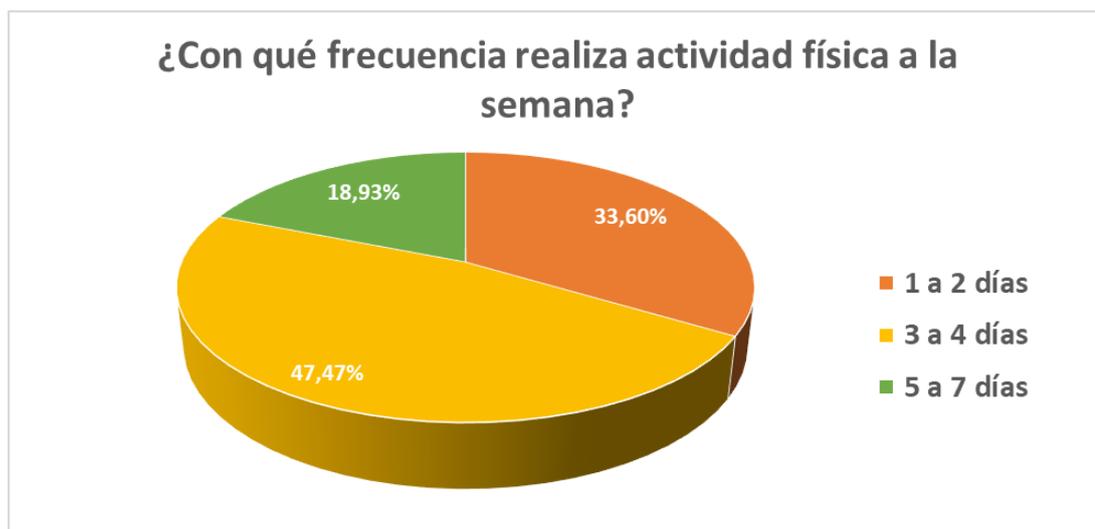
Tabla 3

¿Con qué frecuencia realiza actividad física a la semana?

| Válido | Descripción | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje Válido | Porcentaje Acumulado |
|--------------|-------------|------------|-------------|-------------------|----------------------|
| 1 | 1 a 2 días | 126 | 33,60% | 33,60 | 33,60 |
| 2 | 3 a 4 días | 178 | 47,47% | 47,47 | 47,47 |
| 3 | 5 a 7 días | 71 | 18,93% | 18,93 | 18,93 |
| Total | | 375 | 100% | 100 | 100 |

Figura 4

¿Con qué frecuencia realiza actividad física a la semana?



De acuerdo con los resultados obtenidos en la encuesta la población realiza actividad física principalmente de 3 a 4 días a la semana información que servirá para establecer los horarios diarios de entrenamiento Fit.

Cuarta pregunta: ¿Asiste a algún centro de entrenamiento?

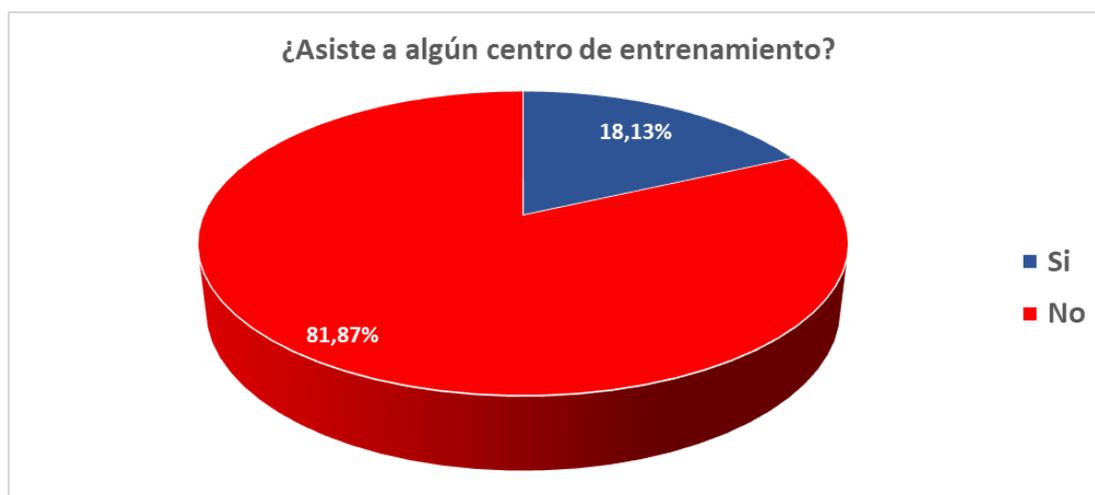
Tabla 4

¿Asiste a algún centro de entrenamiento?

| Válido | Descripción | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje Válido | Porcentaje Acumulado |
|--------------|-------------|------------|-------------|-------------------|----------------------|
| 1 | Si | 68 | 18,13% | 18,13 | 18,13 |
| 2 | No | 307 | 81,87% | 81,87 | 81,87 |
| Total | | 375 | 100% | 100 | 100 |

Figura 5

¿Asiste a algún centro de entrenamiento?



De acuerdo con los resultados obtenidos el 81.87% de la muestra no asiste a centros de entrenamiento, situación por la cual quiere decir que existe una importante población a la cual se le puede ofertar un programa de entrenamiento Fit.

Quinta pregunta: ¿Cuáles son sus horarios de entrenamiento?

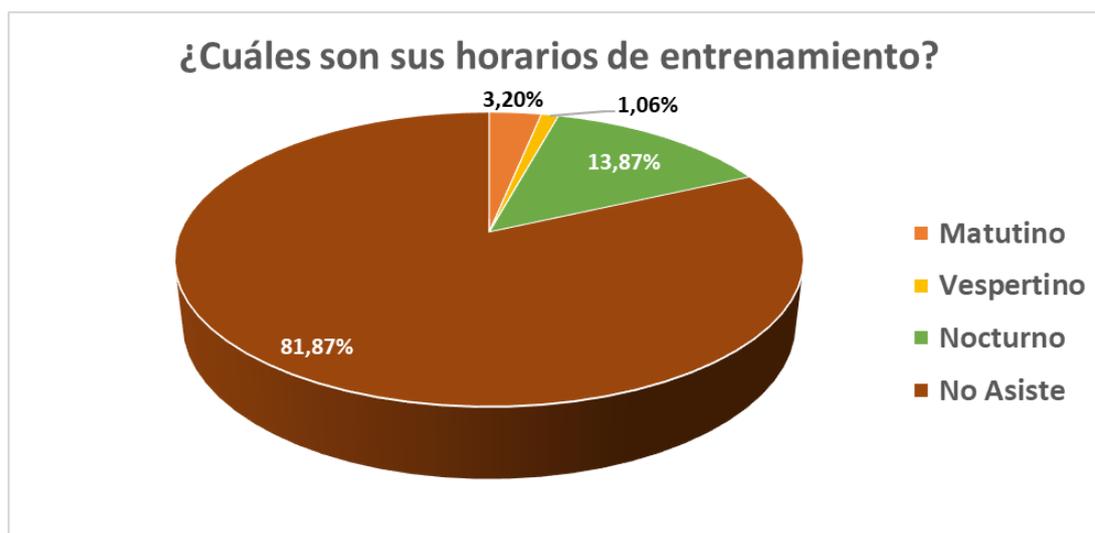
Tabla 5

¿Cuáles son sus horarios de entrenamiento?

| Válido | Descripción | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje | Porcentaje |
|--------------|-------------|------------|-------------|------------|------------|
| | | | | Válido | Acumulado |
| 1 | Matutino | 12 | 3,20% | 3,20 | 3,20 |
| 2 | Vespertino | 4 | 1,06% | 1,06 | 1,06 |
| 3 | Nocturno | 52 | 13,87% | 13,87 | 13,87 |
| 4 | No Asiste | 307 | 81,87% | 81,87 | 81,87 |
| Total | | 375 | 100% | 100 | 100 |

Figura 6

¿Cuáles son sus horarios de entrenamiento?



En estos resultados se observa que el 13.87% de la muestra prefiere horarios de entrenamiento nocturnos, lo cual permite visualizar claramente el horario que se debe ofertar a la población y el 81.87% no asiste a ningún programa de entrenamiento, lo cual permite ofrecer a esa población cautiva programas de entrenamiento Fit.

Sexta pregunta: ¿Recibe algún tipo de beneficio adicional al entrenamiento donde realiza su actividad física?

Tabla 6

¿Recibe algún tipo de beneficio adicional al entrenamiento donde realiza su actividad física?

| Válido | Descripción | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje Válido | Porcentaje Acumulado |
|--------------|-------------|------------|-------------|-------------------|----------------------|
| 1 | Si | 8 | 2,13% | 2,13 | 2,13 |
| 2 | No | 367 | 97,87% | 97,87 | 97,87 |
| Total | | 375 | 100% | 100 | 100 |

Figura 7

¿Recibe algún tipo de beneficio adicional al entrenamiento donde realiza su actividad física?



En cuanto a la cuarta pregunta, el 97,87% de la población recibe algún beneficio adicional por su entrenamiento, situación que permite ofrecer un programa de entrenamiento Fit más beneficios adicionales al 97,87% de la población.

Séptima pregunta: ¿Qué actividad física le gustaría realizar en el centro de entrenamiento?

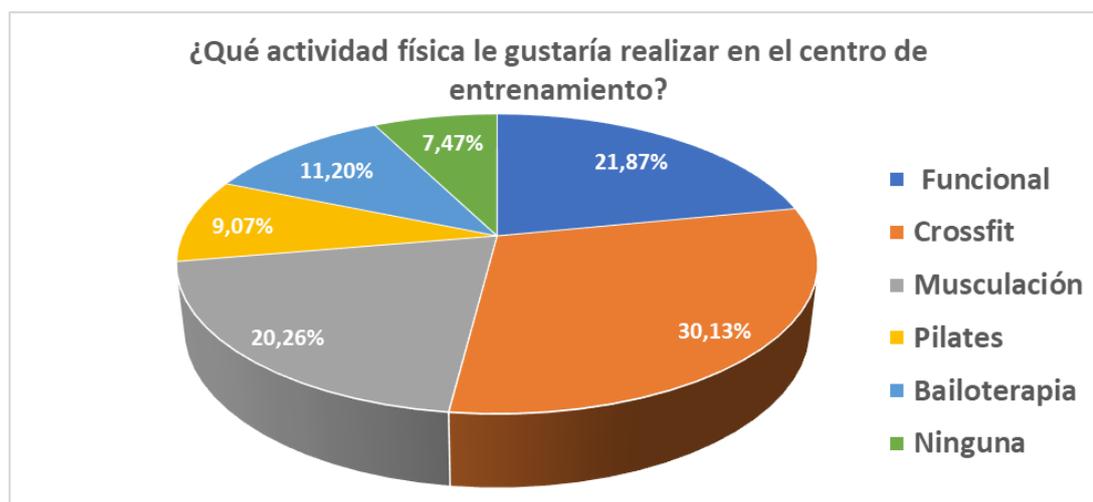
Tabla 7

¿Qué actividad física le gustaría realizar en el centro de entrenamiento?

| Válido | Descripción | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje Válido | Porcentaje Acumulado |
|--------------|--------------|------------|-------------|-------------------|----------------------|
| 1 | Funcional | 82 | 21,87% | 21,87 | 21,87 |
| 2 | Crossfit | 113 | 30,13% | 30,13 | 30,13 |
| 3 | Musculación | 76 | 20,26% | 20,26 | 20,26 |
| 4 | Pilates | 34 | 9,07% | 9,07 | 9,07 |
| 5 | Bailoterapia | 42 | 11,20% | 11,20 | 11,20 |
| 6 | Ninguna | 28 | 7,47% | 7,47 | 7,47 |
| Total | | 375 | 100% | 100 | 100 |

Figura 8

¿Qué actividad física le gustaría realizar en el centro de entrenamiento?



En cuanto a esta pregunta, el 30.13% de la población prefiere entrenamiento Crossfit; el 21,87% entrenamiento funcional y el 20.26% Musculación, cifras que nos permiten focalizar las preferencias de la población de la muestra a fin de reforzar los servicios de entrenamiento en estas preferencias.

Octava pregunta: ¿Le gustaría entrenar en la etapa en la que vive?

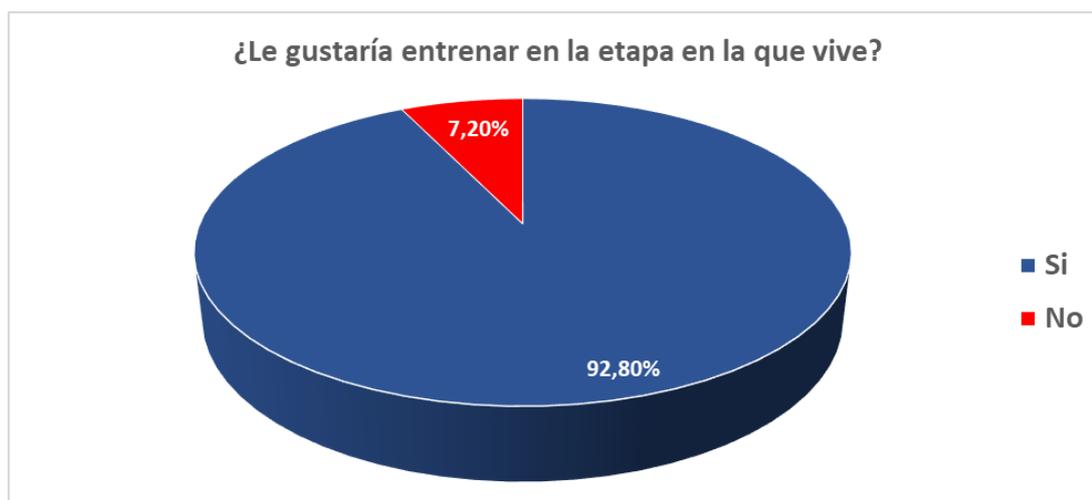
Tabla 8

¿Le gustaría entrenar en la etapa en la que vive?

| Válido | Descripción | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje Válido | Porcentaje Acumulado |
|--------------|-------------|------------|-------------|-------------------|----------------------|
| 1 | Si | 348 | 92,80% | 92,80 | 92,80 |
| 2 | No | 27 | 7,20% | 7,20 | 7,20 |
| Total | | 375 | 100% | 100 | 100 |

Figura 9

¿Le gustaría entrenar en la etapa en la que vive?



En cuanto a esta pregunta, el 92,80% de la muestra prefiere entrenar en la etapa en la que vive lo cual dificulta la asistencia de las personas y la logística para realizar actividad física en un solo centro comunitario para todas las etapas.

Novena pregunta: ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar mensualmente por el servicio de entrenamiento asistido?

Tabla 9

¿Cuánto estaría dispuesto a pagar mensualmente por el servicio de entrenamiento asistido?

| Válido | Descripción | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje Válido | Porcentaje Acumulado |
|--------------|-------------|------------|-------------|-------------------|----------------------|
| 1 | \$50 | 368 | 98,13% | 98,13 | 98,13 |
| 2 | \$75 | 7 | 1,87% | 1,87 | 1,87 |
| 3 | \$100 | 0 | 0,00% | 0,00 | 0,00 |
| Total | | 375 | 100% | 100 | 100 |

Figura 10

¿Cuánto estaría dispuesto a pagar mensualmente por el servicio de entrenamiento asistido?



En cuanto a esta pregunta, el 98,13% de la muestra prefiere pagar \$50,00 dólares es decir el menor costo por un programa de entrenamiento Fit.

Décima pregunta: ¿Te gustaría recibir un servicio de un fisioterapeuta o nutrición adicional al entrenamiento?

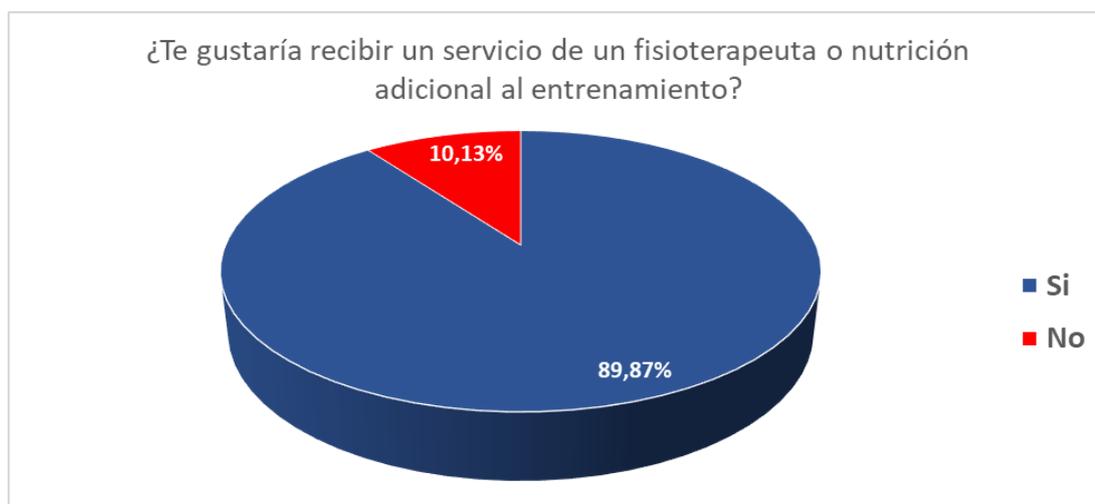
Tabla 10

¿Te gustaría recibir un servicio de un fisioterapeuta o nutrición adicional al entrenamiento?

| Válido | Descripción | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje Válido | Porcentaje Acumulado |
|--------------|-------------|------------|-------------|-------------------|----------------------|
| 1 | Si | 337 | 89,87% | 89,87 | 89,87 |
| 2 | No | 38 | 10,13% | 10,13 | 10,13 |
| Total | | 375 | 100% | 100 | 100 |

Figura 11

¿Te gustaría recibir un servicio de un fisioterapeuta o nutrición adicional al entrenamiento?



En cuanto a esta pregunta, el 89,87% de la población desea recibir un servicio adicional a su entrenamiento Fit preferido, lo cual permite establecer una oportunidad para ampliar el paquete Fit y su costo.

Decimo primera pregunta: ¿Cuánto está dispuesto a pagar por cada servicio adicional?

Tabla 11

¿Cuánto está dispuesto a pagar por cada servicio adicional?

| Válido | Descripción | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje Válido | Porcentaje Acumulado |
|--------------|-------------|------------|-------------|-------------------|----------------------|
| 1 | \$25 | 373 | 99,47% | 99,47 | 99,47 |
| 2 | \$50 | 2 | 0,53% | 0,53 | 0,53 |
| 3 | \$75 | 0 | 0,00% | 0,00 | 0,00 |
| Total | | 375 | 100% | 100 | 100 |

Figura 12

¿Cuánto está dispuesto a pagar por cada servicio adicional?



En cuanto a esta pregunta, el 99,47% de la población desea recibir un servicio adicional a su entrenamiento Fit, pero sin costo, lo cual permite establecer que este servicio se lo debe ofrecer como un beneficio adicional lo que puede hacer diferencia de otros centros de entrenamiento Fit cercanos.

Décimo segunda pregunta: Si ingresa al entrenamiento, ¿Cuál sería su motivación?

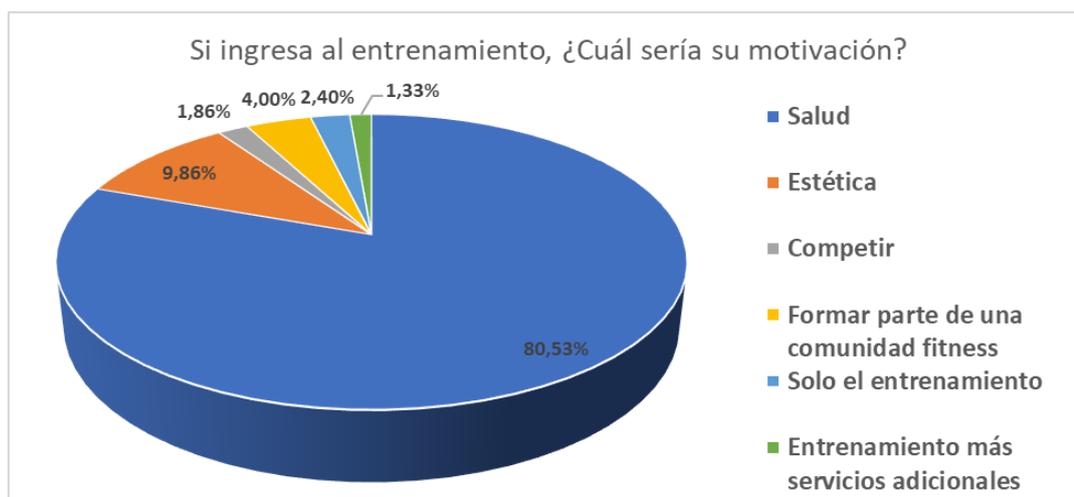
Tabla 12

Si ingresa al entrenamiento ¿Cuál sería su motivación?

| Válid o | Descripción | Frecuenci a | Porcentaj e | Porcentaj e Válido | Porcentaje Acumulad o |
|---------------|---|----------------|----------------|-----------------------|-----------------------------|
| 1 | Salud | 302 | 80,53% | 80,53 | 80,53 |
| 2 | Estética | 37 | 9,87% | 9,87 | 9,87 |
| 3 | Competir | 7 | 1,87% | 1,87 | 1,87 |
| 4 | Formar parte de una comunidad fitness | 15 | 4,00% | 4,00 | 4,00 |
| 5 | Solo el entrenamiento | 9 | 2,40% | 2,40 | 2,40 |
| 6 | Entrenamiento más servicios adicionales | 5 | 1,33% | 1,33 | 1,33 |
| *Total | | 375 | 100% | 100 | 100 |

Figura 13

Si ingresa al entrenamiento, ¿Cuál sería su motivación?



En cuanto a esta pregunta, el 80,53% de las personas entrena por salud y el 9,86% lo hace por estética, situación que permite enfocar el plan de publicidad en estos dos rubros.

2.5. Análisis e Interpretación de datos

En base a las encuestas presentadas a los diferentes habitantes de Ciudad Celeste, se logró determinar que el nicho mercado está enfocado en personas que desean mejorar su salud y su estética, situación que permite ofrecer en la ciudadela Ciudad Celeste paquetes Fit incluido asesoramiento nutricional.

De hecho, según la información proporcionada, existen varios propietarios en las diferentes urbanizaciones dentro de Ciudad Celeste que recurren a entrenamientos dentro o fuera del sector, pero no todos cuentan con asesoramiento nutricional, lo cual se ha presentado una gran oportunidad para mejorar la calidad y la salud de los habitantes del sector.

Es notable que existe un interés relevante en el producto a promocionar, en especial porque este paquete Fit ofrece entrenamientos personalizados y asesoramiento nutricional, lo cual se considera tener la mayor atracción de los posibles clientes con resultados positivos.

2.5. Análisis Externo

2.5.1. Análisis Pesta

En el análisis Pesta es importante tomar en cuenta la amenaza del entorno que afecta al negocio en el cual deseamos emprender o algún tipo de servicio, por lo cual se espera conocer cambios de acuerdo con los distintos factores, cuando hablamos del entorno nos referimos a todos aquellos factores externos que son relevantes para la organización dichas estrategias nos ayudan aprovechar las oportunidades ante posibles riesgos (Betancourt, 2018).

Tabla 13

Análisis Pesta

| | FACTOR | OPORTUNIDAD | AMENAZA |
|----------------------|--|---|---|
| POLÍTICO | Ordenanzas Municipales para funcionamiento de servicios deportivos en las urbanizaciones de Samborondón | Normativa reglamentaria interna de la ciudadela Ciudad Celeste | Clausura o multa municipal |
| ECONÓMICO | Aumento en el Ecuador del gasto de consumo | Crear nuevos modelos de negocio | Cambio de la situación económica del país |
| SOCIOCULTURAL | Las cifras mostradas por el Instituto Ecuatoriano de Estadística y Censos (INEC) en cuanto al porcentaje de la población que realiza actividad física en el Ecuador y el cumplimiento de las recomendaciones de la OMS en el tiempo que debe dedicar la población a actividades como el deporte. | Población dispuesta a realizar actividad física para mejorar su salud. | Reactivación de la Pandemia SARS COVID 19 |
| TECNOLÓGICO | Comunicación Digital a través de las Redes Sociales. | Las Redes Sociales dan cobertura inmediata a la población de acuerdo con su | Costos altos en el payout de redes sociales |

| | | | |
|--|--|-----------------------------|--|
| | | pautaje o alcance comercial | |
|--|--|-----------------------------|--|

Político

En lo político es importante considerar las decisiones del gobierno nacional respecto al sedentarismo de los ecuatorianos donde se mantiene el proyecto deportivo en beneficio de los ciudadanos contando con una inversión cerca de los 100 millones de dólares anuales, situación que motiva la conformación de clubes y negocios como gimnasios, salas de entrenamiento multidisciplinario, paquetes Fit. (Diario La Juventud , 2017).

El municipio de Samborondón expide su normativa con respecto al uso de suelo y establecimiento de negocios en el cantón, es procedente mencionar las diferentes restricciones de cada urbanización, como también las políticas y ordenanzas municipales. (Municipio de Samborondón, 2020).

De acuerdo con cada etapa de ciudad celeste existen diferentes normas y reglamentos a seguir las cuales zona fitness las cumple en su totalidad como son:

- Alto sonido que perjudiquen la comodidad del residente
- Restricción de lugares donde se realizan actividad física
- Daño en instalaciones e implementos deportivos

Económico

El Banco Central del Ecuador en su reporte económico del 31 de marzo de 2022, informa el crecimiento, del Producto Interno Bruto (PIB) en un 4,2% en 2021 superando la proyección esperada del 3.55%, manifiesta también que uno de los componentes favorables de esta cifra es el aumento del gasto de consumo en un 10.2% lo que refleja la recuperación de las actividades económicas del país.

Sociocultural

Según cifras del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC), en el año 2020 se registró el 10.46% del porcentaje de la

población que realiza deporte en su tiempo libre, comparado con el 10.57% del año 2019 lo que no representa una variación significativa en los hábitos de las personas en este ítem.

La recomendación de la OMS en realizar actividad física por un tiempo mínimo de 30 minutos con el fin de mejorar la calidad de vida y el cumplimiento de esta tendencia en el Ecuador favorecen las expectativas de mejorar la salud física y mental de los ecuatorianos (edicionmedica, 2021).

En el tema de la salud y en el bienestar actualmente irrumpen con mucha fuerza en el mercado actual, donde ir al gimnasio ya no es un capricho de gente con dinero sino las personas están más preocupadas por la salud y por su bienestar.

Es preocupación no solo de los ecuatorianos sino de las personas del planeta en general el rebrote de la pandemia SARS COVID 19 o el apareamiento de nuevas cepas o enfermedades, esta situación mantiene en alerta a la población, pero a la vez busca fortalecer su sistema inmunológico y condición física.

Tecnológico

Actualmente las redes sociales se han convertido más que un simple medio de comunicación de tal manera que no solo influyen en ámbitos personales o sociales, sino que ahora influyen de gran manera a la hora de realizar negocios, por medio de este medio de comunicación nuevos negocios buscan posicionarse y ser reconocidos por sus marcas con menos presupuestos (LineBranding, 2019).

El gran éxito de las redes sociales para una empresa se debe a la calidad del trabajo que se ofrece al consumidor y la constancia que pongamos en ello, esto solo se logra con un buen plan de marketing.

En los últimos años la industria ha cambiado notablemente, productos como las bicicletas, cordeles y otros elementos han perdido gran protagonismo ya que han llegado máquinas de diseño para el entrenamiento muscular ya que "Fitness" se entiende como condiciones físicas en el gimnasio.

Hoy en día los gimnasios cumplen con grandes variedades de máquinas donde existe también una sociedad más avanzada en el cuidado físico como también mental.

Ambiental

En el análisis ambiental se considera las épocas de lluvia en el país, principalmente en el sector de Samborondón donde en los meses de diciembre hasta abril, existen precipitaciones recurrentes, ante esta situación se considera la infraestructura física existente en la ciudadela Ciudad Celeste, en la cual existe el área de gimnasio y también el club. Lugares que tienen techado, cabe mencionar que también se producen molestias por la aparición de insectos de la época como mosquitos y grillos, situación que se evita en los lugares antes mencionados.

2.5.2. Análisis de la Fuerza de Porter

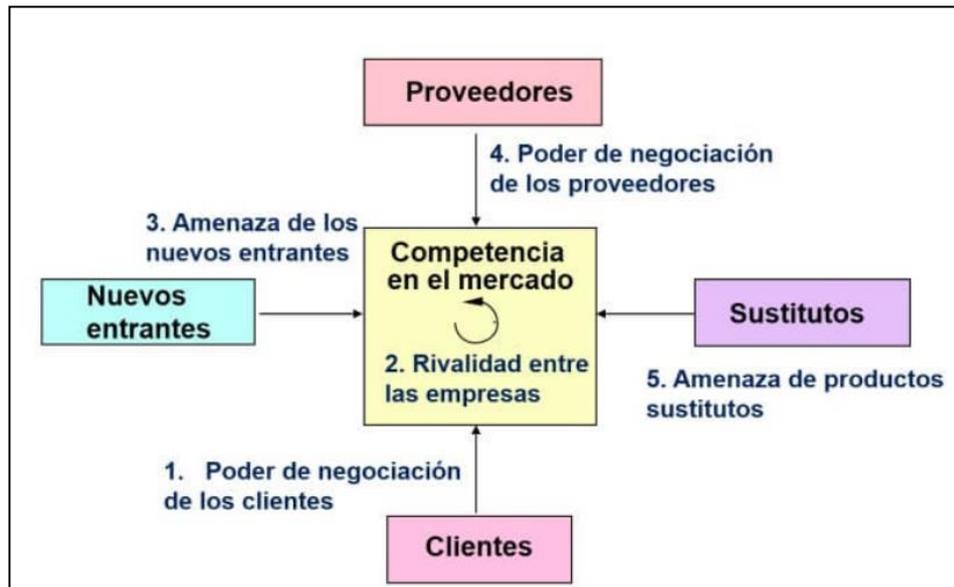
Dentro de las teorías económicas desarrolladas por Michael Porter (1947), el cual es considerado hasta la actualidad como uno de los mejores economistas de todos los tiempos.

En esta teoría trata fundamentalmente sobre temas de competitividad e innovación, al crear la teoría de las 5 fuerzas que definen el potencial de rentabilidad de una empresa se trata de evolucionar el entorno social de las compañías y corporaciones.

A continuación, se presenta el análisis de las cinco fuerzas de Porter estas permitirán obtener un mejor entendimiento en cuanto a las participaciones de la competencia, analizar el entorno y por lo tanto una mejor identificación de oportunidades y amenazas (Porter, 2016).

Figura 14

Análisis de las cinco Fuerzas de Porter. Tomado de Porter (2006)



Poder de negociación de los clientes

Este poder se considera alto, debido a que a pesar de que un alto porcentaje de residentes de la ciudadela Ciudad Celeste les gusta realizar actividades deportivas, no todas tienen la posibilidad de entrenar en su propia ciudadela interna o adquirir un paquete Fit como el propuesto, sino que pagan en otros lugares más lejanos y fuera de sus perímetro de vivienda valores altos y a su vez el plan nutricional tiene un excedente de valor con costos muy elevados, con el paquete Fit de esta propuesta tiene esta población la opción de adquirir asesoramiento para mejorar su estado físico y nutricional con un valor adecuado.

Rivalidad entre Competidores: Competencia en el mercado

En el mercado existen varios competidores que se han dedicado a lo largo de los años a realizar entrenamientos no solo personalizados sino que cuentan con gimnasios de alta calidad como es el HT Gym, este gimnasio hace pocos meses dio apertura en el área de Samborondón, siendo un competidor directo, también se destaca reconocimientos de marcas y la rivalidad es muy alta, de acuerdo a cada negocio se ofrece una gran variedad de opciones pero en Ciudad Celeste no existe un servicio de entrenamientos con asesoría

nutricional y entrenamientos personalizados en cada etapa con horarios accesibles. Esta situación permite sugerir las siguientes estrategias:

- Aumentar Marketing y promoción
- Diversificación en entrenamientos
- Capacitaciones constantemente

Amenaza de los nuevos entrantes

La posibilidad de que ingresen nuevos negocios similares es alta, debido a la necesidad de crear trabajo y también crear recursos sostenibles, debido a esta situación se presenta una ventaja sobre posibles entrantes ya que el propietario del negocio es el único dueño y tiene el conocimiento adecuado sobre el proyecto a gestionar.

Otro factor alto para que nuevos negocios similares entren a la zona de Samborondón y realicen entrenamientos similares es que la inversión inicial del negocio no es muy costosa, por lo general estos entrenamientos son en las ciudadelas donde cuentan con área social y a su vez los permisos para poder realizarlos son simples ya que el requisito es contar con la aprobación de la administración de la ciudadela y el residente.

Poder de negociación de los proveedores

El poder de los proveedores es calificado como bajo, debido a que este servicio para su elaboración lo haría el dueño que debe ser una persona profesional y capaz en esta rama de los entrenamientos como también en lo concerniente al campo nutricional.

Los proveedores adicionales son las personas que trabajan para el dueño de la empresa en el caso del negocio propuesto los asistentes que colaboran con la supervisión de los clientes.

Amenaza de productos sustitutos

Se considera una amenaza alta, ya que en Samborondón en el sector de Ciudad Celeste se pueden implementar nuevos gimnasios o

negocios similares ya que las ordenanzas municipales lo permiten con el cumplimiento de los requisitos municipales.

2.5.3. Estudio del sector, dimensión del mercado, estimación del mercado meta

Mercado Meta

El mercado meta tiene relación directa con la rentabilidad y el éxito del negocio, de hecho, este concepto es el norte para todo plan de negocios.

Es un grave error al implementar un negocio creer que los bienes y servicios ofertados son para todo el mundo, realmente se debe segmentar el mercado al cual se aspira llegar.

Al definir el mercado meta para el plan de negocios para la elaboración de paquetes Fit en la ciudadela ciudad celeste basándonos en las encuestas estadísticas realizadas descritas en este capítulo, claramente se define que el mercado meta del proyecto son las personas que realizan alguna actividad física, debido a que en estos lugares no existe cobertura por parte de gimnasios especializados y no existe el servicio personalizado.

La población muestra tanto en número de hombres y mujeres es la adecuada. El ingreso económico de los habitantes de la ciudadela Ciudad Celeste al ser población de clase media con ingresos mensuales estables permite generar gasto de consumo.

La apariencia física y el estatus social son factores preponderantes en la clase media, adicionalmente guiados por las mejoras de salud y del estado físico que pregona la Organización Mundial de la Salud (OMS) aportan a la conciencia social para la práctica de actividades sanas.

La mejora económica en cuanto a la estabilización de las cifras de inflación y costo de la vida contribuyen a la regularización de gastos de las personas, y es así como la clase media acoge estas actividades dentro de sus presupuestos mensuales.

Los hábitos del sector en cuanto a la salud y a la estética son altos ya que los residentes de las diferentes etapas mantienen sus rutinas de ejercicios los mismos que no llevan una vida sedentaria, sino que dentro de sus preferencias los ejercicios personalizados tienen una gran acogida en el sector.

2.5.4. Perfil del consumidor

Como se mencionó en el punto anterior, el consumidor final del servicio mencionado son las personas que realizan actividad física y tienen la edad adecuada para el giro del negocio en la ciudadela Ciudad Celeste del sector de Samborondón. Por lo tanto, se definen diferentes características puntuales con la única finalidad de crear un enfoque centralizado.

Características Demográficas:

- Sexo: Hombres y Mujeres
- Edades: entre 25-45 (+-5) años

Estilos de Vida

- Realizan actividades físicas
- Viven en Ciudad Celeste
- Clase media y Alta

Motivación

- Salud
- Estética
- Disponibilidad de tiempo
- Variedad de ejercicios: Crossfit, musculación, Natación.
- Asesorías nutricionales

2.6. Análisis Interno

2.6.1 Benchmarking

El benchmarking es un proceso continuo y sistemático donde se toma como referencia productos o servicios de la empresa donde son líderes en el sector en el que se desarrolla, es por ello que el significado de benchmarking es de suma importancia en la actualidad, puesto que no se puede llegar a un punto máximo u óptimo de eficiencia si no se analiza a la competencia.

Se entiende que el benchmarking tiene el propósito de comparar servicios con otras empresas y poder realizar mejoras que se crean necesarias para obtener mejores estrategias y de calidad (Fernández, 2019).

En lo referente con los criterios del servicio que es el paquete Fit incluyendo entrenamientos con asesoría nutricional, se puede evidenciar que la competencia, tiene servicios variados, dado que hay entrenadores en los gimnasios de la zona, pero ninguno cuenta con asesoramiento nutricional. Por otro lado, tampoco cuentan con horarios diversos dentro de las urbanizaciones de Ciudad Celeste.

2.7. Análisis Interno

2.7.1 Análisis DAFO

La matriz DAFO es una herramienta que se utiliza en la gestión de las empresas y sirve para identificar los diferentes riesgos y oportunidades que existen en una determinada organización.

A los riesgos se los debe identificar como las Amenazas (ámbito externo) y Debilidades (ámbito interno), a las oportunidades se las debe identificar como las Fortalezas (ámbito interno) y las Oportunidades (ámbito externo). (Iveconsultores, 2020).

Tabla 14

Análisis DAFO

| | | |
|-----------------------|--|--|
| AMBITO EXTERNO | OPORTUNIDADES <ul style="list-style-type: none">– Fortalecimiento económico de la clase media.– Legislación favorable para permisos del negocio– Población interesada en programas para salud y mejoramiento físico– No hay restricciones sanitarias sobre el giro del negocio– Oportunidades de utilización de redes sociales a bajo costo | AMENAZAS <ul style="list-style-type: none">– Nuevos negocios similares o sustitutos.– Restricciones sanitarias por rebrote de pandemia o nuevas enfermedades.– Incremento del costo en el pautaaje de redes sociales. |
| | AMBITO INTERNO | FORTALEZAS <ul style="list-style-type: none">– Profesionales calificados y con experiencia.– Atención personalizada del propietario.– Bajos costos de operación del negocio. |

En el análisis DAFO todo lo que se identifica o define que provenga de la parte externa se considera una oportunidad y todo lo que se identifique o defina de la parte interna se considera una fortaleza.

De igual manera toda situación que se identifique del ámbito externo se considera una amenaza y en lo correspondiente al ámbito interno una debilidad.

2.7.2 Análisis CAME

CAME significa Corregir, Afrontar, Mantener y Explotar, este análisis complementa al análisis FODA con acciones que pueden mejorar la situación que se detecta en el diagnóstico.

Tabla 15

Análisis CAME

| | | |
|-----------------------|--|---|
| ÁMBITO EXTERNO | OPORTUNIDADES | EXPLOTAR |
| | <ul style="list-style-type: none"> – Fortalecimiento económico de la clase media. – Legislación favorable para permisos del negocio – Población interesada en programas para salud y mejoramiento físico – – No hay restricciones sanitarias sobre el giro del negocio – Oportunidades de utilización de redes sociales a bajo costo | <ul style="list-style-type: none"> – Ofrecer el servicio a los habitantes orientando como el mejor precio de la zona. – Obtener los permisos adecuados para funcionamiento del negocio. – Presentar productos saludables que resalten la estética humana a precio conveniente. – Verificar horarios favorables con cupos llenos – Manejo de redes de manera personal |
| ÁMBITO INTERNO | FORTALEZAS | MANTENER |
| | <ul style="list-style-type: none"> – Profesionales calificados y con experiencia. – Atención personalizada del propietario. – Bajos costos de operación del negocio. | <ul style="list-style-type: none"> – Asistentes calificados y que sean de confianza del propietario – Presencia habitual resaltando personalización en los entrenamientos. – Administración por el dueño sin delegar funciones por el tamaño del negocio |
| ÁMBITO EXTERNO | AMENAZAS | AFRONTAR |
| | <ul style="list-style-type: none"> – Nuevos negocios similares o sustitutos. – Restricciones sanitarias por rebrote de pandemia o nuevas enfermedades. – Incremento del costo en el pautaje de redes sociales. | <ul style="list-style-type: none"> – Verificar beneficios de la competencia a fin de suplirlos – Costear insumos necesarios de bioseguridad. – Manejo de redes sociales por parte del propietario. |
| ÁMBITO INTERNO | DEBILIDADES | CORREGUIR |
| | <ul style="list-style-type: none"> – Costos altos con relación a la competencia – Horarios de clase inadecuados – – Personal no calificado | <ul style="list-style-type: none"> – Realizar un estudio de mercado a fin de corregir o verificar costos – Revisar los horarios de entrenamiento con los cupos adecuados – Verificar titulación del personal y experiencia |

Este tipo de análisis se lo aplica durante el proceso de la planificación estratégica, esto se basa en que pone en la mira los aspectos particulares del DAFO.

2.7.3 Cadena de valor

La cadena de valor de Porter define el valor por el cual los clientes perciben los motivos por los cuales eres distinto o diferente a tus adversarios o competidores.

Figura 15

Cadena de valor de Porter



Las actividades primarias definen a todos los procesos relacionados con la creación mantenimiento, venta del producto o servicio que Zona Fitness ofrece.

Por otra parte, las actividades de apoyo son aquellas complementarias a las actividades primarias de Zona Fitness y son necesarias para conseguir el producto final.

2.8. Diagnóstico

2.8.1 Matriz de crecimiento de Ansoff

Figura 16

Matriz de crecimiento de Ansoff

| | PRODUCTOS | |
|----------|---|--|
| | ACTUALES | NUEVOS |
| ACTUALES | PENETRACIÓN DE MERCADO <ul style="list-style-type: none"> Gimnasio para entrenamiento FIT | DESARROLLO DE PRODUCTOS <ul style="list-style-type: none"> Gimnasio para entrenamiento FIT con asesoramiento nutricional |
| NUEVOS | DESARROLLO DE MERCADO <ul style="list-style-type: none"> Crossfit Musculación Atletismo | DIVERSIFICACIÓN <ul style="list-style-type: none"> Bailoterapia |

Penetración de Mercado

Mercados tradicionales + productos tradicionales

Zona Fitness es una compañía que desde su creación busca mantenerse en la preferencia de los consumidores, sus servicios son conocidos y cuentan con un mercado establecido, el gimnasio para entrenamiento Fit es un lugar de entrenamiento de mayor auge comercial.

Desarrollo de Productos

Mercados tradicionales + productos nuevos

Zona Fitness se distingue por ofrecer el servicio de asesoramiento nutricional, sin embargo, un producto novedoso también puede ser el entrenamiento personalizado.

Desarrollo de mercados

Mercados nuevos + productos tradicionales

Zona Fitness cuenta con entrenamientos básicos, pero debe poseer productos que exige el mercado como crossfit, musculación, atletismo.

Diversificación

Mercados nuevos + productos nuevos

Zona Fitness ha considerado la Bailoterapia, una disciplina que es nueva y aceptada por una gran cantidad de público.

2.8.2 Mapa Estratégico de Objetivos

De acuerdo con la estrategia de objetivos que serán mencionados a continuación se han tomado varios objetivos importantes para la elaboración eficaz de nuestro servicio:

- **Aprendizaje**

Para llegar el mercado con este servicio, existen muchos entrenadores o servicios en el país que incluyen todo este paquete, por lo cual se deberá preparar mecanismos o diferentes entrenamientos adecuados, como también se incluye días de prueba con la asesoría nutricional.

- **Procesos**

Debido a la exclusividad del sector donde son los futuros clientes, se considera realizar pruebas o días de prueba para que realicen una adecuada visualización del paquete de entrenamientos, esto sería parte de las nuevas ofertas.

Figura 17

Proceso para nuevas ofertas a futuros clientes



- **Cliente**

Los entrenamientos y asesoramientos exclusivos en las diferentes etapas dentro de Ciudad Celeste se realizarán de acuerdo a las necesidades de cada cliente, donde se buscará el beneficio y salud al “cliente feliz”, esto se convierte en el nexo directo entre la empresa y el mercado.

Las características de los clientes potenciales de acuerdo con las encuestas que se realizaron nos dan a conocer que los gustos o preferencias son de alto rendimiento a personas que tienen alguna actividad física, de acuerdo con las encuestas realizadas previamente

se puede notar que el precio que se ofrece a los clientes es un precio accesible y a su vez cuenta con varios entrenamientos personalizados.

2.8.3 Conclusiones

La intervención de la Organización Mundial de la Salud OMS y las políticas públicas de salud del Estado ecuatoriano, contribuyen a incentivar a la población a realizar actividad física en mejora de la salud, situación que permite que los pobladores de la ciudadela Ciudad Celeste vean este negocio como una alternativa saludable.

El estudio de mercado a través de las diferentes herramientas y encuestas muestran resultados favorables los cuales permiten la creación de la empresa Zona Fitness.

La inexistencia de negocios similares a la empresa Zona Fitness facilita la inscripción y preferencia de los potenciales clientes.

El manejo de redes sociales permitirá la difusión de los programas de entrenamiento en el área específica del nicho de mercado deseado.

CAPÍTULO III

PLAN ESTRATÉGICO

3.1. Estrategias, Metas y Objetivos comerciales

Objetivo Comercial

Convertir a Zona Fitness en uno de los servicios líderes de entrenamiento Fit especializado para los residentes de la ciudadela Ciudad Celeste.

Objetivos Específicos

- Diseñar una estructura comercial novedosa vinculando a las directivas de las diferentes etapas de la ciudadela Ciudad Celeste.
- Fomentar entre los habitantes de la ciudadela Ciudad Celeste cultura saludable de entrenamiento.
- Implementar promociones para incentivar la participación del público en general.

Objetivos Operativos

- Captar clientes mediante su participación en demostraciones sin costo durante los diferentes entrenamientos.
- Atraer clientes mediante el email marketing y el uso de redes sociales para la comercialización de los paquetes de entrenamiento Fit.
- Obtener una base de datos de los posibles clientes para ofrecer el servicio de entrenamiento Fit.
- Convenir con las urbanizaciones de la ciudadela Ciudad Celeste la utilización de sus áreas recreativas para entrenamiento Fit.

3.2. Plan comercial

3.2.1. Marketing Mix.

Producto

Servicio de entrenamiento a través de la oferta de un paquete de entrenamiento Fit con asesoramiento nutricional personalizado, adecuado para los diferentes residentes de las 10 etapas de la ciudadela Ciudad Celeste – Samborondón.

Figura 18

Imagen corporativa



Beneficios del servicio de entrenamiento Fit:

- Paquete de entrenamiento personalizado.
- Asesoría nutricional para mantener el peso corporal adecuado.
- Mejoría del estado de salud, estado físico y mental.
- Beneficio en la calidad de sueño.
- Favorece la flexibilidad del cuerpo como también tendones y ligamentos.
- Asesoría en planes de ejercicios personalizados o para grupos.

Precio

El precio es definido por el entrenamiento personalizado Fit y asesoramiento nutricional, para los diferentes alumnos.

Precio de mensualidad: **\$50**

Incluye: Asesoría nutricional y entrenamientos.

Descuentos: De acuerdo con las diferentes promociones del paquete.

Tabla 16

Precio para el entrenamiento del paquete Fit

| | |
|----------------------------|--------------|
| Entrenamiento | 50,00 |
| Asesoramiento en Nutrición | 25,00 |
| Total | 75,00 |

El precio definido para el entrenamiento Fit es de \$50 ya que el costo del asesoramiento nutricional se empleará como un servicio adicional diferenciado.

Plaza

La comercialización del paquete de entrenamiento Fit se realizará en el km 9 en Samborondón – Ciudad Celeste en las diferentes etapas para los residentes.

Figura 19

Mapa de la ciudadela Ciudad Celeste. Tomada de Google Maps



Promoción

La promoción se realizará en las 10 etapas de Ciudad Celeste, entregando volantes y también realizando entrenamientos de pruebas para los futuros alumnos, así se les dará a conocer el servicio de

entrenamiento como también asesoría nutricional, adicionalmente se utilizarán redes sociales como Instagram, Facebook y email marketing.

- Entrenamiento Fit demostrativo para el conocimiento de los diferentes paquetes Fit.
- Stand publicitario para promocionar el servicio ubicado en un lugar estratégico para dar a conocer al servicio.
- Material publicitario: Hojas volantes serán repartidas en las diferentes etapas de la ciudadela Ciudad Celeste.
- Utilización de redes sociales Instagram, Facebook, email marketing.

3.2.2. Gestión de Ventas

Zona fitness Ciudad Celeste aplicará la estrategia AIDA (Atención, Interés, Deseo y Acción), este modelo es una de las técnicas de comunicación y parte de la estrategia comercial o de marketing personal, esta estrategia es una excelente fórmula para poder transmitir una propuesta de valor de una forma concreta hacia un servicio (Adán, 2018).

El modelo AIDA siempre es el cierre de una venta o un proceso para la futura compra o elegir un servicio, pero para ello es necesario captar al cliente y provocar el deseo en el producto/ servicio (Espinosa, 2017).

Este modelo permite convencer gradualmente a los clientes de las ventajas que conlleva obtener un producto en especial y se toman las siguientes acciones:

- Promover en el cliente atención en el producto.
- Generar interés en la marca.
- Incentivar el deseo de consumo
- Motivar la acción de compartirlo

Para lo cual se presenta la siguiente imagen visual de arte creativo, la cual también puede ser utilizada en los diseños de hoja volante, en los estados de la red social WhatsApp e Instagram.

Figura 20

Imagen visual arte creativo para estado de WhatsApp



Figura 21

Imagen email marketing

Entrenador Gustavo Diaz

Mejora tu salud física y mental y ponte en forma

ZONA FITNESS
CIUDAD CELESTE

¡Personaliza tu entrenamiento!
Musculación
Crossfit,
Atletismo
Natación,

Te esperamos en el área social de Ciudad Celeste
De lunes a viernes
Horarios de:
05:00 a 10:00
17:00 a 22:00

Tu mes Fitness por USD \$50 dólares
Mejora tu salud física y mental

Ventajas:

1. Tienes un día de prueba gratis
2. Obtienes entrenador personalizado.
3. Recibe asesoría nutricional gratis.

3.2.3. Operaciones Comerciales

Para comercializar el servicio que otorgará zona fitness se participará en las ferias existentes en la ciudadela Ciudad Celeste donde los habitantes podrán conocer este servicio de manera personal, también se realizan activaciones de marcas y la entrega de volantes en las garitas de los 10 conjuntos habitacionales que conforman la ciudadela, y se plantea la adecuación de la infraestructura deportiva comunitaria donde se realizará el entrenamiento Fit.

Estas ferias están ubicadas actualmente en Plaza Batán, donde dos veces al año se realizan ferias emprendedoras y así poder dar a

conocer el producto o servicio que se ofrece, dándole una oportunidad a los nuevos emprendimientos del sector.

Promoción de descuento: precio normal de \$75 dólares; \$25 dólares de descuento que es el valor del asesoramiento nutricional, con un valor final mensual de \$50 dólares.

Convenio con las directivas de las 10 ciudadelas para difundir a través de los grupos de redes sociales de cada ciudadela los paquetes de entrenamiento Fit que incluyen la asesoría nutricional.

3.2.4. Territorios y rutas

Establecimiento de los territorios:

- Cualitativo: 10 etapas de la ciudadela Ciudad Celeste
- Cuantitativo:

Etapa Brisa

Etapa Península

Etapa Dorada

Etapa Estela

Etapa Serena

Etapa Arboleda

Etapa Marina

Etapa Cristalina

Etapa Vereda del Río

Etapa Costanera

3.2.5. Métodos y Tiempos

Las rutas definidas para este servicio se encuentran identificadas para dar a conocer el servicio:

Difusión de los servicios incluidos en el paquete Fit de entrenamiento a través de la entrega de volantes en las 10 garitas de los conjuntos internos de la ciudadela y promoción en redes sociales.

Se realizará un día de entrenamiento de prueba sin costo para las personas que deseen ingresar, sin embargo, se considerará los agentes externos que no pueden ser controlados como el clima, tráfico y permisos en diferentes etapas.

Registro de imprevistos (Dificultades en el horario de entrenamiento, estado de salud) cuando se visitan a los clientes para la entrega de volantes.

Utilización de redes sociales para la publicación diaria de entrenamientos en estados de WhatsApp e Instagram.

Como complemento se aplicará el ciclo PHVA (Planificar-Hacer-Verificar-Actuar) puesto que es una estrategia interactiva de resolución de problemas para mejorar los procesos de Zona Fitness e implementar cambios. El ciclo PHVA es un método de mejoras continuas. No es un proceso que se ejecuta una sola vez, sino un espiral continuo que busca mejorar los procesos e iteraciones

Figura 22

Ciclo PHVA



3.3. Organización y funciones de la Estructura de Ventas

3.3.1. Propuesta de la estructura organizacional y funcional

La estructura organizacional y funcional comprende en el involucramiento en tres diferentes áreas las cuales son: Estrategia, de gestión y control que son dirigidas por el propietario y dueño de la empresa y marca. (DESISA, 2021).

Área estratégica:

- Clientes: Determinar las necesidades de los posibles clientes potenciales como en la salud y ejercicios de acuerdo con las edades adecuadas y a su condición física.
- Procesos: En este punto se puede coordinar con una persona que ayude a la entrega de volantes y comparta actividad en redes sociales y con una persona ocasional para el apoyo en los entrenamientos y actividades físicas.
- Aprendizaje: Capacitaciones y conocer nuevos mercados, apuntar en el futuro a otros sectores del cantón Samborondón.

Área de Gestión:

- Determinar la mejor campaña de promoción para poder introducir y dar a conocer el servicio como es el paquete Fit.
- Establecer un plan ruta para priorizar el desempeño de todas las funciones.

Área de control:

- Revisar los posibles clientes meta para poder ayudar en las capacitaciones.

Organización de la estructura de ventas

Zona Fitness Ciudad Celeste cuenta con una sencilla estructura, por lo cual este servicio cuenta con el coach que es el propietario y gerente del negocio ocasionalmente se incorporarán personas para realiza actividades como apoyo en el entrenamiento área comercial y ventas.

Figura 23

Estructura de Ventas



3.3.2. Función de los cargos del área comercial

En las funciones de cargos del área comercial de acuerdo con la Figura 22 que este negocio cuenta con una sola persona fija (coach) que es el propietario ya que este servicio es un paquete Fit donde el entrenador por su formación curricular es el ente capacitado para el manejo de temas de entrenamiento físico como para asesoramiento nutricional, por lo cual puede realizar varios cargos como los que serán explicados a continuación:

Gerente Propietario: el Gerente Propietario ejercerá las siguientes funciones:

- Control de cumplimientos de metas y objetivos.
- Organizar el calendario de entrenamiento mensual por etapas.
- Planificar los horarios en las diferentes etapas de las urbanizaciones.
- Contactar clientes nuevos.
- Cumplir con las rutas y sectores acordados para los entrenamientos.
- Identificar clientes potenciales para las promociones del paquete Fit.
- Informar sobre los diferentes planes y horarios de entrenamiento a los directivos de las etapas, y a los clientes y habitantes de la ciudadela en general.
- Cumplir los planes de entrenamiento de los clientes.

Asistente Deportivo: el asistente deportivo será una persona ocasional que ha solicitud del gerente ejercerá las siguientes funciones:

- Apoyo al cumplimiento del calendario de entrenamiento de los clientes.
- Apoyo en demostraciones en las ferias de exhibición y eventos publicitarios.

Asesor Comercial: Será una persona ocasional para la planificación y ejecución de actividades comerciales:

- Asesoramiento de eventos deportivos y publicitarios.

Ejecutivo de Ventas: Será una persona ocasional para la promoción de las actividades y paquetes Fit de la empresa.

- Entrega de volantes en las diferentes etapas de la ciudadela.
- Apoyo en eventos comerciales y deportivos.
- Manejo de redes sociales.

3.4. Mercado, provisiones, cuotas y presupuesto en ventas

Tradicionalmente se entiende por mercado al lugar donde ocurren procesos de intercambio de mercancías o servicios por dinero, actualmente con la aparición de las tecnologías la ocurrencia de transacciones comerciales puede hacerse incluso sin presencia física de comprador y oferente.

Con el fin de iniciar el análisis de la rentabilidad del negocio planteado por Zona Fitness en la venta de paquetes Fit, se analizan los conceptos planteados a continuación:

3.4.1. Dimensionamiento del mercado

El mercado es elementalmente un proceso que maniobra cuando hay dos básicamente dos entes, una persona que bajo una necesidad actúa como comprador y otra persona que tiene el bien o servicio para satisfacer esa necesidad llamado vendedor, de esta manera se genera la acción de intercambio. (Econopedia, 2021).

La ciudadela Ciudad Celeste se presenta de acuerdo a sus características de población con 3398 viviendas entregadas y con una población aproximada de 16.990 habitantes como un importante nicho de mercado, con una población mayoritaria entre los 25 a 45 años de edad, siendo la clase media predominante, dadas las características de plusvalía de la ciudadela son personas que mantienen trabajos adecuados y su estilo de vida es con las tendencias saludables y deportivas que esta clase social prefiere.

De acuerdo con la encuesta presentada en el capítulo anterior se calcula según la muestra tomada que aproximadamente 340 personas les gustaría entrenar en la etapa en que viven, siendo una perspectiva comercial adecuada para el negocio propuesto por la empresa Zona Fitness.

3.4.2. Determinación de las previsiones

Es la posibilidad de que un cliente concurra a un servicio o compre un bien ofertado.

Figura 24

Previsión de ventas (autor de www.joseargudo.com)



Con el fin de obtener un valor estimado se aplicará el método sugerido en la figura 24 y un rango a las preguntas establecido las condiciones:

1% de posibilidad de venta en los peores casos

6% en caso favorable

11% en caso óptimo

Cuestionario:

| | |
|--------------------------|-------------|
| Agresividad de la oferta | 5% |
| Tipología del producto | 5% |
| Nivel de lujo | 3% |
| Competencia o Sustitutos | 2% |
| Reconocimiento de marca | 3% |
| Promedio | 3.6% |
| Moda | 3% |

Dados los resultados con una previsión mayor al 50%, y con una moda que se mantiene en el parámetro del 50%, aunque este tipo de métodos no son 100% efectivos se establece que es viable la implementación del negocio.

3.4.3. Presupuesto y cuotas de ventas

En ventas se denomina cuota a un objeto de carácter financiero que representa al valor en ventas que se desea alcanzar al final de un periodo de tiempo específico. (HubSpot, 2021). Las cuotas pueden ser:

- Cuotas de actividades
- Cuotas de volúmen

- Cuotas de ganancias
- Cuota combinada
- Cuota de previsión

Para este caso específico se aplica la cuota de previsión que es aquella que se asigna a equipos de ventas específicos y puede ser calculada en función del rendimiento histórico de la región o del objetivo de ingresos que se considera a alcanzar.

Para este caso el objetivo es \$2000 dólares que se calcula de un valor mensual de \$50 dólares con una clientela de 40 alumnos que es el valor apropiado una vez realizadas varias corridas financieras en los costos fijos y variables por lo tanto es el número que permite un saldo positivo una vez que se aplican los gastos y da el total antes mencionado, Si el objetivo es aumentar en un 25% en el segundo trimestre la cuota de previsión sería \$2500 dólares.

Encuanto al presupuesto:

Tabla 17

Presupuesto

| MES | ENE | FEB | MAR | ABR | MAY | JUN | JUL | AGO | SEP | OCT | NOV | DIC |
|---------------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|
| VALOR MENSUAL | 50,00 | 50,00 | 50,00 | 50,00 | 50,00 | 50,00 | 50,00 | 50,00 | 50,00 | 50,00 | 50,00 | 50,00 |
| ALUMNOS | 40 | 40 | 40 | 40 | 40 | 40 | 40 | 40 | 40 | 40 | 40 | 40 |
| TOTAL | 2000,00 | 2000,00 | 2000,00 | 2000,00 | 2000,00 | 2000,00 | 2000,00 | 2000,00 | 2000,00 | 2000,00 | 2000,00 | 2000,00 |

TOTAL ANUAL \$ 24.000,00

3.5. Diseño de la compensación por el área comercial

La compensación por el área comercial presenta los costos adicionales que se generan por la actividad de la empresa, estos costos deben ser considerados ya que afectan al final en cuanto a las utilidades deseadas al final del ejercicio económico anual.

3.5.1. Estructura fija y variable

En la estructura fija y variable se encuentran los costos, que son gastos que son permanentes y que son necesarios para el funcionamiento de la empresa en función del volumen de producción.

Los costos fijos tienen que asumirse sin cambios significativos en el gasto, en cambio los costos variables son proporcionales a la cantidad de producto fabricado.

El costo total se determina por:

$$\text{Costos Totales} = \text{Total de Costos Fijos} + \text{Total de Costos Variables}$$

Para que la empresa tenga un funcionamiento viable los ingresos deben ser superiores a los costos totales a fin de que proporcione beneficios para la empresa.

Tabla 18

Costos Fijos y Variables

| MES | ENE | FEB | MAR | ABR | MAY | JUN | JUL | AGO | SEP | OCT | NOV | DIC |
|-------------------------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|
| VALOR MENSUAL | 50,00 | 50,00 | 50,00 | 50,00 | 50,00 | 50,00 | 50,00 | 50,00 | 50,00 | 50,00 | 50,00 | 50,00 |
| ALUMNOS | 40 | 40 | 40 | 40 | 40 | 40 | 40 | 40 | 40 | 40 | 40 | 40 |
| TOTAL | 2000,00 | 2000,00 | 2000,00 | 2000,00 | 2000,00 | 2000,00 | 2000,00 | 2000,00 | 2000,00 | 2000,00 | 2000,00 | 2000,00 |
| COTOS FIJOS | | | | | | | | | | | | |
| Sueldo Gerente/Coach | 1200,00 | 1200,00 | 1200,00 | 1200,00 | 1200,00 | 1200,00 | 1200,00 | 1200,00 | 1200,00 | 1200,00 | 1200,00 | 1200,00 |
| Suministros | 40,00 | 40,00 | 40,00 | 40,00 | 40,00 | 40,00 | 40,00 | 40,00 | 40,00 | 40,00 | 40,00 | 40,00 |
| Publicidad | 40,00 | 40,00 | 40,00 | 40,00 | 40,00 | 40,00 | 40,00 | 40,00 | 40,00 | 40,00 | 40,00 | 40,00 |
| Impuestos | 240,00 | 240,00 | 240,00 | 240,00 | 240,00 | 240,00 | 240,00 | 240,00 | 240,00 | 240,00 | 240,00 | 240,00 |
| Subtotal | 1520,00 | 1520,00 | 1520,00 | 1520,00 | 1520,00 | 1520,00 | 1520,00 | 1520,00 | 1520,00 | 1520,00 | 1520,00 | 1520,00 |
| COSTOS VARIABLES | | | | | | | | | | | | |
| Asistente Deportivo | 250,00 | 250,00 | | 250,00 | 250,00 | | 250,00 | 250,00 | | | | 250,00 |
| Asistente Comercial | | | 250,00 | | | 250,00 | | | | | 250,00 | |
| Ejecutivo de Ventas | 80,00 | 40,00 | 40,00 | 40,00 | | 40,00 | 40,00 | 40,00 | 80,00 | 40,00 | | 40,00 |
| Subtotal | 330,00 | 290,00 | 290,00 | 290,00 | 250,00 | 290,00 | 290,00 | 290,00 | 80,00 | 40,00 | 250,00 | 290,00 |
| TOTAL COSTOS | 1850,00 | 1810,00 | 1810,00 | 1810,00 | 1770,00 | 1810,00 | 1810,00 | 1810,00 | 1600,00 | 1560,00 | 1770,00 | 1810,00 |

3.5.2. Primas e incentivos

Las primas e incentivos son valores adicionales salariales por calidad y cantidad de trabajo extra.

En el caso de Zona Fitness las primas e incentivos se los aplicará cuando exista un excedente de alumnos y en eventos

puntuales ya que es un negocio pequeño manejado por el Gerente propietario.

En caso de existir primas e incentivos se fija un valor mínimo de \$50 dólares y un máximo de \$100dólares por evento.

3.5.2. Gastos de movilización y viáticos

Los gastos de movilización corresponden a los valores acordados cuando el personal de la empresa o negocio se desplaza a otros lugares fuera del área geográfica del mismo.

Los gastos de movilización no son aplicables vista la actividad se la realiza en las áreas comunales de la Ciudadela Ciudad Celeste lugares que son fijos y el Gerente propietario reside en el mismo sector.

De existir movilizaciones dentro de la ciudad inherentes al giro del negocio los valores serán:

- \$ 5 dólares movilización en la ciudad
- Valor del pasaje Intercantonal dependiendo del destino
- Valor del pasaje Interprovincial dependiendo del destino

3.6. Control de la gestión comercial

Cuando se habla de gestión comercial se enfoca principalmente a dos principales retos:

- La participación del mercado
- La satisfacción del cliente

Las empresas poseen procesos productivos y generalmente se piensa que la gestión comercial es aplicable en la última fase, en la cual el servicio o producto terminado esta entregado y se espera el retorno a través de un pago. (Silva, 2020).

Por lo tanto, sin importar la dimensión o tamaño de la empresa la gestión comercial es una herramienta de nivel estratégico y operativo que debe resolver interrogantes como:

- Orientaciones para la aplicación del márquetin.

- Implementación del sistema de información.
- Estructura de la gestión comercial.

3.6.1. Control del volumen de ventas

El volumen de ventas se define como la cantidad de ventas de productos o servicios que proporciona una empresa que se han realizado o vendido en un determinado periodo de tiempo. (Llamas, 2020).

La fórmula utilizada para el volumen de ventas es:

$$\text{Volumen de Ventas} = \text{Total de productos Vendidos} \times \text{Precio de Venta}$$

El volumen de ventas fundamentalmente rve básicamente para encontrar el punto de equilibrio o para poder realizar predicciones en el futuro que son el insumo para el cálculo del presupuesto de ventas.

3.6.2. Cuadro de mando del director de ventas

Los modelos de los negocios son únicos en identidad y cada negocio tendrá su idiosincrasia y objetivos, el cuadro de mando del director tendrá que ver con la capacidad económica y recursos que tenga el negocio.

Existen desde software de Business Intelligence elaborados e integrados a la contabilidad y datos generales de la situación financiera de compras y ventas de la empresa hasta la simple elaboración del control a través de modelos elaborados en Excel. (Benito, 2021).

Para personalizar el diseño se lo puede separar en tres controles básicos:

- Datos del Negocio
- Datos Comerciales
- Control externo

Los datos del negocio tienen que alinearse al plan comercial, si esta relación está bien hecha en los medidores o indicadores se podrán verificar las acciones a realizar, y se podrá establecer un plan para alcanzar objetivos.

Los valores que se podrán contrastar podrán ser:

- Facturación vs Mercado.
- Facturación vs Rentabilidad.
- Unidades vendidas vs ganancia bruta.
- Resultados dentro de una zona.

La aplicación o interpretación de los resultados obtenidos depende de la habilidad comercial y financiera de quien guía la empresa.

CAPÍTULO IV

ESTUDIO ECONÓMICO Y FINANCIERO

4.1. Hipótesis de la partida

Es posible establecer una empresa que brinde el servicio de entrenamiento fitness a través de paquetes hechos a la medida para los habitantes de una ciudadela residencial de la ciudad de Samborondón.

En el transcurso de este capítulo se enfocará en el tratamiento teórico del estudio económico financiero de la factibilidad de establecer un negocio fitness, en los anexos del estudio se desglosa el cálculo y respuesta de factibilidad. (Ver Anexo A, ESTUDIO ECONÓMICO Y CÁLCULOS).

4.1.1. Capital inicial

El Capital inicial es el valor del dinero necesario para que una empresa de bienes o servicios pueda iniciar sus operaciones, estos recursos están destinados para adquirir activos y poder regularizarse dentro del sistema legal a fin de poder comenzar una actividad comercial.

Para iniciar un plan de negocio de Zona Fitness es necesario establecer la inversión inicial donde se requieren diferentes activos, para lo cual se describen a continuación:

Tabla 19*Inversión Inicial*

| CUADRO DE INVERSIÓN DEL PROYECTO | | | |
|---|---|--------------|-----------------|
| ITEM | ACTIVIDAD DE INVERSIÓN | VALOR | |
| 1 | Adecuación y equipamiento del area deportiva comunal, para brindar una excelente atención a los habitantes que reallizan actividad deportiva Fit de la ciudadela Ciudad Celeste | | |
| 1.1 | Adecuación del área deportiva comunal de la Ciudadela Ciudad | \$ | 4.900,00 |
| 1.2 | Equipamiento del área deportiva comunal de la Ciudadela Ciudad Celeste | \$ | 1.000,00 |
| SUBTOTAL | | | \$ 5.900,00 |
| INVERSIÓN TOTAL | | \$ | 5.900,00 |

El total a invertir es de \$5900 dólares que contiene los rubros para adecuación del área deportiva comunal, equipamiento del área deportiva comunal situación que permitirá ingresar en Ciudad Celeste con una inversión inicial puesto que la ciudadela por el empleo de sus instalaciones comunales no realiza el cobro de arriendo permitiendo que sea un servicio a la comunidad.

4.1.2. Activos fijos

Los activos fijos son los bienes intangibles o tangibles de las empresas que pueden convertirse en liquidez en el corto plazo y que estos son necesarios para que funcione la empresa y como condición estos no se destinan para la venta.

Tabla 20*Inversión Inicial*

| ACTIVOS FIJOS | | | |
|----------------------|-----------------|-------------------|--------------------|
| ITEM | CANTIDAD | VALOR UNIT | TOTAL |
| Barras | 5 | \$ 80,00 | \$ 400,00 |
| Mancuernas | 7 | \$ 40,00 | \$ 280,00 |
| kettebells | 8 | \$ 40,00 | \$ 320,00 |
| TOTAL | | | \$ 1.000,00 |

4.1.3. Costos preoperacionales

La empresa antes de iniciar sus operaciones incurre en gastos que se debe reconocer contablemente y deben ser tratado según las normas contables.

Este tipo de gastos se utilizan cuando se crea una empresa nueva y corresponden a las erogaciones en que se deben incurrir previa a la etapa de las operaciones.

En consecuencia, este tipo de gastos son necesarios para que la empresa funcione correctamente, se consumen o se utilizan ordinariamente y no se espera de ellos utilidad futura, se aclara que bajo ningún motivo en estos gastos incurren las materias primas. (Gerencie.com, 2021).

En el caso de Zona Fitness al ser una empresa de servicios se consideran los siguientes gastos:

Tabla 21

Gastos preoperacionales

| | | | | | | | | | | | | | |
|-------------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|
| Suministros | 40,00 | 40,00 | 40,00 | 40,00 | 40,00 | 40,00 | 40,00 | 40,00 | 40,00 | 40,00 | 40,00 | 40,00 | 40,00 |
|-------------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|

4.1.4. Impuestos

Son pagos sin contraprestaciones generalmente el contribuyente espera un beneficio indirecto.

En el Ecuador se debe pagar el impuesto a la renta que se aplican sobre todas aquellas rentas que obtienen las personas naturales o jurídicas, otro de los impuestos es el Impuesto al Valor Agregado, que es el impuesto que grava el valor de las transferencias locales o de las importaciones y de los bienes muebles en todas sus etapas de comercialización (SRI, 2022).

Para el caso de Zona Fitness se gravará los dos impuestos al momento de producirse la facturación de los servicios.

4.2. Proyecciones

4.2.1 Proyección de ingresos

La proyección de ingresos o los ingresos proyectados se refiere al dinero que estima una empresa y que generará durante un periodo de tiempo específico, generalmente se lo hace en intervalos de un año.

Las proyecciones se establecen de manera mensual, trimestral, semestral o anual, la proyección financiera es muy importante dentro del plan de negocios.

Tabla 22

Proyección de ingresos

| PROYECCIÓN DE INGRESOS POR BENEFICIO SOCIAL | | | | | | | | | |
|---|------------------------|----------------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|
| ITEM | DETALLE DE ACTIVIDADES | INGRESOS PROYECTADOS | | | | | | | |
| | | AÑO 2021 | AÑO 2022 | AÑO 2023 | AÑO 2024 | AÑO 2025 | AÑO 2026 | AÑO 2027 | AÑO 2028 |
| 1 | Escenario pesimista | | \$6.000,00 | \$12.000,00 | \$12.480,00 | \$12.979,20 | \$13.498,37 | \$14.038,30 | \$14.599,83 |
| 2 | Escenario apuesta | | \$12.000,00 | \$24.000,00 | \$24.960,00 | \$25.958,40 | \$26.996,74 | \$28.076,61 | \$29.199,67 |
| 3 | Escenario optimista | | \$18.000,00 | \$36.000,00 | \$37.440,00 | \$38.937,60 | \$40.495,10 | \$42.114,91 | \$43.799,50 |

4.2.2 Proyección de egresos

El egreso es aquel que hace referencia a una salida de dinero en una empresa, situación que se interpreta como un egreso de patrimonio.

En la empresa para reportar beneficios los ingresos debes superar a los egresos para obtener una utilidad, caso contrario la empresa registrará pérdida.

Los egresos son los gastos que son aquellas salidas de dinero que son habituales y necesarias en una empresa para su operación. (Westreicher, 2022).

Tabla 23

Egresos

| GASTOS DE OPERACIÓN Y MANTENIMIENTO | | | | | | | | | |
|-------------------------------------|---|----------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|
| TEM | COMPONENTE | AÑO 2021 | AÑO 2022 | AÑO 2023 | AÑO 2024 | AÑO 2025 | AÑO 2026 | AÑO 2027 | AÑO 2028 |
| | Adecuación y equipamiento del área deportiva comunal, para 1 brindar una excelente atención a | | | | | | | | |
| | Adecuación del área deportiva comunal de la Ciudadela Ciudad Celeste | | | | | | | | |
| 1.1 | Mantenimiento | | | \$ 500,00 | \$ 520,00 | \$ 540,80 | \$ 562,43 | \$ 584,93 | \$ 608,33 |
| | Equipamiento del área deportiva comunal de la Ciudadela Ciudad Celeste | | | | | | | | |
| 1.2 | Mantenimiento | | | \$ 300,00 | \$ 312,00 | \$ 324,48 | \$ 337,46 | \$ 350,96 | \$ 365,00 |
| 1.3 | Sueldos | | | | | | | | |
| | Gerente propietario | | \$ 1.200,00 | \$ 1.200,00 | \$ 1.200,00 | \$ 1.200,00 | \$ 1.200,00 | \$ 1.200,00 | \$ 1.200,00 |
| | Asistente Deportivo | | \$ 1.750,00 | \$ 1.750,00 | \$ 1.750,00 | \$ 1.750,00 | \$ 1.750,00 | \$ 1.750,00 | \$ 1.750,00 |
| | Asistente Comercial | | \$ 750,00 | \$ 750,00 | \$ 750,00 | \$ 750,00 | \$ 750,00 | \$ 750,00 | \$ 750,00 |
| | Ejecutivo de Ventas | | \$ 480,00 | \$ 480,00 | \$ 480,00 | \$ 480,00 | \$ 480,00 | \$ 480,00 | \$ 480,00 |
| | SUBTOTAL | \$ - | \$ 4.180,00 | \$ 4.980,00 | \$ 5.012,00 | \$ 5.045,28 | \$ 5.079,89 | \$ 5.115,89 | \$ 5.153,32 |
| | INVERSIÓN TOTAL | \$ - | \$ 4.180,00 | \$ 4.980,00 | \$ 5.012,00 | \$ 5.045,28 | \$ 5.079,89 | \$ 5.115,89 | \$ 5.153,32 |

4.2.3 Flujo de Caja

El flujo de caja se refiere a las entradas y salidas netas de dinero en un periodo determinado que está acorde con las operaciones de la empresa.

Tabla 24

Flujo de Caja

| FLUJO DE CAJA | | | | | | | |
|--------------------|----------|----------|----------|----------|----------|----------|----------|
| | AÑO 2022 | AÑO 2023 | AÑO 2024 | AÑO 2025 | AÑO 2026 | AÑO 2027 | AÑO 2028 |
| INVERSIÓN | -\$5.900 | | | | | | |
| INGRESOS PESIMISTA | \$4.500 | \$9.000 | \$9.360 | \$9.734 | \$10.124 | \$10.529 | \$10.950 |
| INGRESOS APUESTA | \$12.000 | \$24.000 | \$24.960 | \$25.958 | \$26.997 | \$28.077 | \$29.200 |
| INGRESOS OPTIMISTA | \$15.000 | \$30.000 | \$31.200 | \$32.448 | \$33.746 | \$35.096 | \$36.500 |
| EGRESOS | 4.180 | \$4.980 | \$5.012 | \$5.045 | \$5.080 | \$5.116 | \$5.153 |

4.3. Rentabilidad

4.3.1 Tasa interna de retorno (TIR)

Tasa Interna de Retorno se define como la rentabilidad que puede ofrecer una inversión. En otras palabras, es el porcentaje de pérdida o beneficio que va a tener una inversión para las cantidades que no se han retirado del proyecto.

El TIR, sirve como medida que se utiliza en la evaluación de proyectos de inversión para verificar si esta es viable.

Tabla 25

Tasa Interna de Retorno y Valor Actual Neto

| FLUJO DE CAJA | | | | | | | |
|------------------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|
| | AÑO 2022 | AÑO 2023 | AÑO 2024 | AÑO 2025 | AÑO 2026 | AÑO 2027 | AÑO 2028 |
| INVERSIÓN | -\$5.900 | | | | | | |
| INGRESOS PESIMISTA | \$4.500 | \$9.000 | \$9.360 | \$9.734 | \$10.124 | \$10.529 | \$10.950 |
| INGRESOS APUESTA | \$12.000 | \$24.000 | \$24.960 | \$25.958 | \$26.997 | \$28.077 | \$29.200 |
| INGRESOS OPTIMISTA | \$15.000 | \$30.000 | \$31.200 | \$32.448 | \$33.746 | \$35.096 | \$36.500 |
| EGRESOS | 4.180 | \$4.980 | \$5.012 | \$5.045 | \$5.080 | \$5.116 | \$5.153 |
| FLUJO PESIMISTA | -\$5.580 | \$4.020 | \$4.348 | \$4.689 | \$5.044 | \$5.413 | \$5.797 |
| FLUJO APUESTA | \$1.920 | \$19.020 | \$19.948 | \$20.913 | \$21.917 | \$22.961 | \$24.046 |
| FLUJO OPTIMISTA | \$4.920 | \$25.020 | \$26.188 | \$27.403 | \$28.666 | \$29.980 | \$31.346 |

| | |
|----------------------------|--------------|
| ESCENARIO PESIMISTA | |
| VAN | \$ 12.523,83 |
| TIR | 46,50% |

| | |
|--------------------------|--------------|
| ESCENARIO APUESTA | |
| VAN | \$ 79.312,34 |
| TIR | 133,83% |

| | |
|----------------------------|---------------|
| ESCENARIO OPTIMISTA | |
| VAN | \$ 106.027,74 |
| TIR | 133,83% |

Si bien es cierto el cálculo del VAN en el escenario apuesta es \$79.312,34 y del TIR 133.83% cifras que son razonablemente altas, la explicación es que influye contundentemente el valor de la pensión mensual que es de \$50 dólares por lo que se necesita básicamente 40 alumnos para cumplir la meta; en el incremento para el escenario optimista a 50 alumnos es decir solo 10 alumnos más, con este número de alumnos adicionales se alcanza un VAN mayor \$106.027,74 dólares pero el TIR se repite en 133,83%, razón por lo cual para incrementar saldos favorables no se necesita de un número considerable de alumnos ya que el valor presupuestado razonable que permite la operación de la empresa es únicamente \$2000 dólares por ser una empresa pequeña, que básicamente el dueño también funge de instructor, y cumple funciones adicionales.

4.3.2 Valor Actual Neto

El valor actual neto es un indicador utilizado en las finanzas que sirve para determinar la viabilidad de un proyecto.

Si luego de medir los flujos de los futuros egresos e ingresos en la inversión inicial queda alguna ganancia, el proyecto se define como viable. Ver (Tabla 25 Tasa Interna de Retorno y Valor Actual Neto).

CAPÍTULO V

RESPONSABILIDAD SOCIAL

5.1 Base legal.

La Constitución de la República del Ecuador en su Art 395 numeral 2) reconoce los principios ambientales:

“...2) Las políticas de gestión ambiental se aplicarán de manera transversal y serán de obligatorio cumplimiento por parte del Estado en todos sus niveles y por todas las personas naturales y jurídicas en el territorio nacional”...

El cantón Samborondón acatando el Acuerdo Ministerial 097 A emite la Ordenanza Municipal para controlar la contaminación ambiental y es por ello que la Muy Ilustre Municipalidad aplica a toda actividad industrial, comercial, artesanal, individual domiciliaria y de servicio y es gracias a esta ordenanza que se incluye la actividad que ejerce la empresa Zona Fitness. (Municipio de Samborondón, 2022).

5.2 Medio Ambiente

Ciudad Celeste es un proyecto inmobiliario que cuenta con los permisos ambientales emitidos por la municipalidad del cantón Samborondón.

Es un sector de alta plusvalía el cual se encuentra rodeado de naturaleza, a orillas del río Babahoyo, existen comodidades y las vías de acceso son de primer nivel las cuales han sido concebidas con los más altos estándares de calidad y seguridad.

Los estudios urbanísticos realizados por el Municipio de Samborondón por la empresa Georgia Tech University han reconocido a la zona de Ciudad Celeste uno un importante polo de desarrollo de Samborondón. Esta importante situación geográfica y ambiental

permite que Zona Fitness se encuentre en un lugar regulado por normativa ambiental.

5.3 Beneficiarios directos e indirectos de acuerdo con el plan Nacional de Desarrollo.

Dentro del Plan Nacional de Desarrollo 2021-2025 en su Objetivo 10 Garantizar la soberanía nacional, integridad territorial y seguridad del Estado, se establece el eje de transición ecológica el cual hace referencia al cambio climático, conservación de los ecosistemas, prácticas ambientales.

El Plan Nacional contempla para temas urbanísticos los modelos de transporte masivo de calidad y con eficiencias energéticas a fin de disminuir la emisión de gases en la naturaleza y los modelos urbanísticos regulados por su emisión de aguas negras y basura.

Los beneficiarios de este plan son

- Todos los ciudadanos ecuatorianos que hacen goce y uso de los factores naturales del Ecuador.
- la calidad de la atmosfera que se intenta preservar.
- El suelo que no sea afectado en todas las formas contaminantes.
- El agua que es un factor que transporta y genera vida.

5.4 Política de responsabilidad corporativa.

En este punto la empresa Zona Fitness como un aporte a la vida y la naturaleza se compromete a:

Desechos sólidos y tóxicos: Manejo de desechos sólidos de acuerdo con la normativa municipal y aplicando los principios del reciclaje, y al no uso de desechos tóxicos.

Derivados de petróleo: Se evitará el uso de implementos hechos a base a materiales no renovables.

Emisión de gases: Zona fitness no emite ninguna clase de gases tóxicos porque no es una empresa de carácter industrial, y no se permitirá quema de basura de ningún tipo o generación de factores de humo.

Descargas líquidas. - Zona Fitness realizara las descargas urbanísticas de acuerdo con la nueva ordenanza municipal emitida por el cantón Samborondón.

Descargas Atmosféricas. - Zona Fitness no emitirá descargas atmosféricas y cuidará del uso de aerosoles, pesticidas, matamalezas químicos, tratando que todos sus productos sean ecológicos.

CONCLUSIONES

OBJETIVOS ESPECIFICOS

1. Determinar el mercado objetivo del plan de negocios para la comercialización de paquetes de entrenamiento Fit, con la empresa Zona Fitness, en Samborondón ciudadela Ciudad Celeste.

Conclusión: El estudio de negocios permite determinar que en el sector de Ciudad Celeste existen personas demandantes de actividad física como lo son los ejercicios Fitness situación que permite un mercado objetivo favorable para el desarrollo de la empresa Zona Fitness.

2. Identificar las necesidades de los clientes en la ciudadela Ciudad Celeste.

Conclusión: La inexistencia de negocios deportivos como lo son los gimnasios dentro del perímetro de la ciudadela Ciudad Celeste, permiten la viabilidad de establecer a la empresa Zona Fitness como la empresa líder en el sector en la venta de paquetes Fit de entrenamiento personalizado logrando establecer costos económicos.

3. Proponer la estrategia comercial y de mercado.

Conclusión: A través de varios componentes de la estrategia comercial utilizada como por ejemplo la atención personalizada, el contar con los directivos de cada ciudadela, la clase demostrativa gratuita, la presencia del instructor diaria, el uso de volantes publicitarios, permiten un posicionamiento efectivo ya que visual y subliminalmente cubre el espectro publicitario, en adición al uso tecnológico de las redes sociales, situaciones que facilitan el acceso permanente mediático y crean la necesidad de estar saludables en las personas que desean mejorar su estado físico en la Ciudadela Ciudad Celeste.

4. Identificar los requerimientos de publicidad.

Conclusión: El uso de redes sociales como WhatsApp y Email Marketing, la permisión de entrar en los grupos de WhatsApp de

las 10 ciudadelas, el uso de volantes publicitarios en cada garita permite dar una cobertura eficaz para la captación de clientes para el negocio propuesto.

5. Determinar la viabilidad financiera del plan.

Conclusión: Los resultados obtenidos en la elaboración del presupuesto, flujo de caja, cálculo del Valor Actual Neto, cálculo de la Tasa de Ingreso de retorno al ser favorables permiten la viabilidad de establecer el negocio Zona Fitness situación que se la debe establecer sin descuidar todos los elementos realizados en el estudio de mercado.

OBJETIVO GENERAL

Diseñar el plan de negocios para la comercialización de paquetes de entrenamiento Fit, con la empresa Zona Fitness, en el cantón Samborondón, ciudadela Ciudad Celeste.

Conclusión: La aplicación correcta del estudio de mercado, el análisis financiero a través de la obtención de datos favorables, la implementación de la publicidad y redes sociales permiten establecer un plan de negocios viable que permite captar el interés de las personas que desean obtener una condición física favorable, un estado de salud deseado y un mejoramiento de su estado emocional situación que viabiliza la operación comercial de la empresa Zona Fitness.

RECOMENDACIONES

Es preciso implementar este proyecto a fin de seguir incentivando los emprendimientos mediante apoyos sociales como también culturales o financieros. Zona Fitness es una pequeña empresa que brinda servicios personalizados de entrenamientos físicos destinados a personas que requieran ayuda de entrenamientos personalizados dentro de Ciudad Celeste. La creación de este servicio es pertinente ya que el estudio de mercado es viable, posee el personal calificado y el costo para el cliente es el adecuado.

Adoptar las estrategias del proyecto para la venta de paquetes Fit ya que están fundamentadas en entrenamientos personalizados donde incluye asesoramientos nutricionales y a su vez garantiza al cliente una mejora en su estado físico como en salud. El mercado es dirigido para el sector de Samborondón – Ciudad Celeste.

Establecer la ejecución del plan de negocios, así como su plan financiero y comercial a fin de viabilizar la creación de la empresa Zona Fitness.

REFERENCIAS

- Adan, P. (14 de enero de 2018). *Técnica AIDA para tu estrategia personal* .
Obtenido de Técnica AIDA para tu estrategia personal :
<https://pabloadan.es/tecnica-aida-estrategia-personal/>
- Antonio, C. I. (junio de 2007). *Profesionales de la actividad física y del deporte como elemento de garantía y calidad de los servicios*. Obtenido de
<https://www.redalyc.org/pdf/1630/163017538007.pdf>
- Arias, F. G. (2012). *El Proyecto de Investigación, Introducción a la metodología científica, 6ta Edición*. Caracas: EPISTEME, C.A.
- BANCO CENTRAL DEL ECUADOR . (1 de octubre de 2019). *Economía de Ecuador crece 0,3 % en segundo trimestre de 2019* . Obtenido de Economía de Ecuador crece 0,3 % en segundo trimestre de 2019 .
- Benito, F. d. (03 de junio de 2021). *Lidera la Transformación*. Obtenido de Lidera la Transformación:
<https://www.lideralatransformacion.com/marketing-y-ventas/disenio-de-un-cuadro-de-mandos-en-ventas-i/>
- Betancourt, D. (01 de Septiembre de 2018). *Ingenio Empresa*. Obtenido de Cómo hacer un Análisis PESTEL :
<https://ingenioempresa.com/analisis-pestel/>
- Celeste, C. (10 de 05 de 2022). *Ciudad Celeste*. Obtenido de Ciudad Celeste:
<https://www.ciudadceleste.com/urbanizaciones/>
- Celeste, C. (29 de mayo de 2022). *Ciudad Celeste* . Obtenido de Ciudad Celeste: <https://www.ciudadceleste.com/urbanizaciones/>
- Crossfit journal. (2017). *Crossfit, Guía de entrenamiento de nivel 1*. Obtenido de
http://library.crossfit.com/free/pdf/CFJ_Level1_Spanish_Latin_American.pdf

DESISA. (2021). *Estructura organizacional centrada al cliente*. Obtenido de DESISA CONSULTORES: <http://desisa.com/estructura-organizacional-centrada-en-el-cliente/>

Diario La Juventud . (22 de Julio de 2017). *Gobierno de Ecuador mantiene políticas públicas en deporte y recreación*. Obtenido de <https://www.diariolajuventud.com/single-post/2017/07/22/Gobierno-de-Ecuador-mantiene-pol%C3%ADticas-p%C3%BAblicas-en-deporte-y-recreaci%C3%B3n>

Dr Roberto Hernandez Sampieri, D. C. (2010). *METODOLOGÍA de la Investigación*. México D:F: McGraw-Hill Companies, Inc.

Econopedia. (2021). *Econopedia*. Obtenido de Econopedia, definiciones: <https://economipedia.com/definiciones/mercado.html>

Ecuador, A. N. (2010). *LEY DEL DEPORTE, EDUCACIÓN FÍSICA Y RECREACIÓN*. Quito: Registro Oficial Suplemento 255 de 11-ago.-2010.

edicionmedica. (08 de abril de 2021). *edicionmedica*. Obtenido de edicionmedica: <https://www.edicionmedica.ec/secciones/salud-publica/en-ecuador-disminuye-el-porcentaje-de-personas-que-realizan-actividad-fisica-en-su-tiempo-libre--97353>

Education, I.-S. (mayo de 2022). *IMF-Smart Education*. Obtenido de <https://www.imf-formacion.com/masters-profesionales/master-nutricion-dietetica>

EFAD. (01 de 05 de 2022). *EFAD Formación conectada a tu futuro*. Obtenido de [efadeporte.com: https://www.efadeporte.com/blog/gestion-deportiva/gimnasios-especializados-modelo-de-negocio](https://www.efadeporte.com/blog/gestion-deportiva/gimnasios-especializados-modelo-de-negocio)

El Telégrafo. (06 de Abril de 2019). *Practique ejercicio de acuerdo a su edad y condición física*. Obtenido de <https://www.itelegrafo.com.ec/noticias/sociedad/6/actividad-fisica-edad-condicion>

- Espinosa, R. (04 de Abril de 2017). *¿Qué es el modelo AIDA en Marketing?* Obtenido de <https://robertoepinosa.es/2017/04/11/modelo-aida-marketing-metodo#:~:text=El%20m%C3%A9todo%20AIDA%20en%20la,%2C%20inter%C3%A9s%2C%20deseo%20y%20acci%C3%B3n.>
- Fernández, H. (2019). *Qué es el Benchmarking* . Obtenido de Economía TIC : <https://economytic.com/que-es-el-benchmarking/>
- Globalfitness.pro. (2017). *Entrenamiento Funcional para la Salud*. Obtenido de Globalfitness: http://globalfitness.pro/files/courses/docus/detail/1481744111_entrenamientofuncionaltaller2017.pdf
- Google Forms. (2021). Obtenido de Workspace: <https://workspace.google.com/intl/es-419/products/forms/>
- guiafitness. (s de abril de 2013). *GuíaFitness*. Obtenido de GuíaFitness: <https://guiafitness.com/deportes/natacion>
- Guzmán, V. P. (07 de septiembre de 2012). *Repositorio Univesridad Técnica de Ambato*. Obtenido de repositorio.uta.ec: <http://repositorio.uta.edu.ec/bitstream/123456789/5553/1/TESIS%20%20FINAL%20MODIFICADA%2015.pdf>
- hubspot, b. (2021). *blog hubspot*. Obtenido de <https://blog.hubspot.es/sales/cuotas-de-ventas>
- Iveconsultores. (2020). *iveconsultores.com*. Obtenido de iveconsultores.com: <https://iveconsultores.com/matriz-dafo/>
- LineBranding. (2019). *Las Redes Sociales y su influencia en la actualidad*. Obtenido de Las Redes Sociales y su influencia en la actualidad: <https://www.linebranding.com/las-redes-sociales-y-su-influencia-en-la-actualidad/>
- Llamas, J. (24 de Abril de 2020). *Econopedia.com*. Obtenido de Econopedia: <https://economipedia.com/definiciones/volumen-de-ventas.html>

- Maridueña, F. (18 de Junio de 2020). *El deporte de Ecuador necesita una nueva ley que le devuelva independencia y recursos*. Obtenido de El Universo:
<https://www.eluniverso.com/deportes/2020/06/17/nota/7875927/frank-mariduena-deporte-necesita-nueva-ley-que-le-devuelva>
- Municipio de Samborondón. (enero de 2020). *samborondon.gob.ec*. Obtenido de [samborondon.gob.ec](https://www.samborondon.gob.ec):
<https://www.samborondon.gob.ec/ordenanzas/>
- Porter, M. (09 de noviembre de 2016). *5 fuerzas de Porter* . Obtenido de 5 fuerzas de Porter : <https://dircomfidencial.com/diccionario/5-fuerzas-porter-20161109-1320/>
- Salud, O. d. (22 de Noviembre de 2019). *OMS*. Obtenido de OMS:
<https://www.who.int/es/news/item/22-11-2019-new-who-led-study-says-majority-of-adolescents-worldwide-are-not-sufficiently-physically-active-putting-their-current-and-future-health-at-risk>
- Silva, D. d. (26 de Oct de 2020). *Blog de Zendesk*. Obtenido de Blog de Zendesk: <https://www.zendesk.com.mx/blog/gestion-comercial/>
- TOPDOCTORS ESPAÑA. (13 de abril de 2022). *TOPDOCTORS*. Obtenido de <https://www.topdoctors.es/diccionario-medico/plan-de-entrenamiento#>
- Velasco, R. L. (2018). *Musculación entrenamiento personalizado*. Obtenido de Estaticos.qdq:
<https://estaticos.qdq.com/swdata/files/638/638838083/TEXTO-Musculacion-Entrenamiento-Peronalizado.pdf>
- Weineck, D. J. (2001). *Salus, Ejercicio y Deporte*. BARCELONA, ESPAÑA: Paidotribo.
- Wix. (mayo de 2022). *Wixblog*. Obtenido de WIXBLOG:
https://es.wix.com/blog/2020/06/como-escribir-plan-de-negocios/?utm_source=google&utm_medium=cpc&utm_campaign=

ANEXOS

ANEXO A

ESTUDIO ECONÓMICO Y TABLAS DE CÁLCULOS

| MATRIZ DE MARCO LÓGICO | | | | | | | |
|--|---|----------------------|--|------------------------|--|---|--|
| CONCESIÓN DEL ÁREA COMUNAL DE LA CIUDADELA CIUDAD CELESTE PARA ENTRENAMIENTO FIT EN LA CIUDAD DE SANBORONDÓN | | | | | | | |
| Resumen Narrativo | | Indicadores de Logro | | Medios de Verificación | | Supuestos Importantes | |
| Fin | | | | | | | |
| 1 | Contribuir a la gestión deportiva de la Ciudadela Ciudad Celeste del cantón Samborondón | 1.1 | Incremento de la capacidad de atención al cliente en un 30% con respecto al año 2022, en 24 meses. | 1.1.1 | Reportes de cumplimiento de metas | Que exista apoyo por parte de la directiva de la ciudadela Ciudad Celeste | |
| Propósito | | | | | | | |
| 1 | Incrementar las capacidades del área deportiva comunal de la ciudadela Ciudad Celeste a través de la empresa Zona Fitness , en cuanto al servicio de entrenamiento Fit a través de paquetes deportivos, para aumentar la cantidad de atención a ciudadanos que requieran este servicio a fin de ser atendidos y garantizar las condiciones adecuadas para el que hace uso de los servicios. | 1.1 | Atender al menos al 80% de los clientes fitness con eficiencia en el area comunal deportiva de la ciudadela Ciudad Celeste. | 1.1.1 | Reportes de cumplimiento de metas | | |
| | | 1.2 | Incrementar en un 60% la cantidad de clientes atendidos por Zona fitness, con respecto al año 2022. | 1.2.1 | Reporte de cantidad de clientes atendidos. | | |
| Componentes | | | | | | | |
| 1 | Adecuación y equipamiento del area deportiva comunal, para brindar una excelente atención a los habitantes que realizan actividad deportiva Fit de la ciudadela Ciudad Celeste | 1.1 | Adecuar el area deportiva comunal en el plazo de 2 meses, para usar como centro de entrenamiento Fit en la ciudadela Ciudad Celeste. | 1.1.1 | Contratos / Acta de entrega recepción de las obras | De Componentes A Propósito | |
| | | 1.2 | Equipar el area deportiva comunal con los bienes necesarios y equipos para su operación como área deportiva. | 1.2.1 | Contratos / Acta de entrega recepción del equipamiento | | |
| Actividades 2011-2014 | | | | | | | |
| 1 | Adecuación y equipamiento del area deportiva comunal, para brindar una excelente atención a los habitantes que realizan actividad deportiva Fit de la ciudadela Ciudad Celeste | | | | | | |
| 1.1 | Adecuación del área deportiva comunal de la Ciudadela Ciudad Celeste | | \$ 4.900,00 | | | | |
| 1.2 | Equipamiento del área deportiva comunal de la Ciudadela Ciudad Celeste | | \$ 1.000,00 | | | | |
| SUBTOTAL | | | \$ 5.900,00 | | | | |
| INVERSIÓN TOTAL | | | \$5.900 | | | | |

| CUADRO DE INVERSIÓN DEL PROYECTO | | |
|---|--|--------------------|
| ITEM | ACTIVIDAD DE INVERSIÓN | VALOR |
| | Adecuación y equipamiento del área deportiva comunal, para brindar una excelente atención a los habitantes que realizan actividad deportiva Fit de la ciudadela Ciudad Celeste | |
| 1 | Celeste | |
| 1.1 | Adecuación del área deportiva comunal de la Ciudadela Ciudad Celeste | \$ 4.900,00 |
| 1.2 | Equipamiento del área deportiva comunal de la Ciudadela Ciudad Celeste | \$ 1.000,00 |
| | SUBTOTAL | \$ 5.900,00 |
| | INVERSIÓN TOTAL | \$ 5.900,00 |

| CÁLCULO DE DEPRECIACIÓN | | | | | | | | | | |
|--------------------------------|---|--------------|----------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|
| ITEM | ACTIVIDAD DE INVERSIÓN | VALOR | VALOR R | AÑO 1 | AÑO 2 | AÑO 3 | AÑO 4 | AÑO 5 | AÑO 6 | AÑO 7 |
| | Adecuación y equipamiento del area deportiva comunal, para brindar una excelente atención a los habitantes que reallizan actividad deportiva Fit de la ciudadela Ciudad Celeste | | | | | | | | | |
| 1.1 | Adecuación del área deportiva comunal de la Ciudadela Ciudad Celeste | \$ 4.900,00 | \$ - | \$ 700,00 | \$ 700,00 | \$ 700,00 | \$ 700,00 | \$ 700,00 | \$ 700,00 | \$ 700,00 |
| 1.2 | Equipamiento del área deportiva comunal de la Ciudadela Ciudad Celeste | \$ 1.000,00 | \$ - | \$ 142,86 | \$ 142,86 | \$ 142,86 | \$ 142,86 | \$ 142,86 | \$ 142,86 | \$ 142,86 |

| FLUJO DE GASTO DE INVERSIÓN | | | | | | |
|-----------------------------|---|----------|-------------|-----------------|-------------|--|
| ITEM | COMPONENTE | AÑO 2021 | | TOTAL INVERSIÓN | | |
| 1 | Adecuación y equipamiento del area deportiva comunal, para brindar una excelente atención a los habitantes que reallizan actividad deportiva Fit de la ciudadela Ciudad Celeste | | | | | |
| 1.1 | Adecuación del área deportiva comunal de la Ciudadela Ciudad Celeste | | \$ 4.900,00 | | \$ 4.900,00 | |
| 1.2 | Equipamiento del área deportiva comunal de la Ciudadela Ciudad Celeste | | \$ 1.000,00 | | \$ 1.000,00 | |
| SUBTOTAL | | | \$ 5.900,00 | | \$ 5.900,00 | |
| INVERSIÓN TOTAL | | | \$ 5.900,00 | | \$ 5.900,00 | |

| GASTOS DE OPERACIÓN Y MANTENIMIENTO | | | | | | | | | |
|-------------------------------------|---|----------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|
| ITEM | COMPONENTE | AÑO 2021 | AÑO 2022 | AÑO 2023 | AÑO 2024 | AÑO 2025 | AÑO 2026 | AÑO 2027 | AÑO 2028 |
| 1 | Adecuación y equipamiento del area deportiva comunal, para brindar una excelente atención a los habitantes que reallizan actividad deportiva Fit de la ciudadela Ciudad Celeste | | | | | | | | |
| 1.1 | Adecuación del área deportiva comunal de la Ciudadela Ciudad Celeste | | | | | | | | |
| | Mantenimiento | | | \$ 500,00 | \$ 520,00 | \$ 540,80 | \$ 562,43 | \$ 584,93 | \$ 608,33 |
| 1.2 | Equipamiento del área deportiva comunal de la Ciudadela Ciudad Celeste | | | | | | | | |
| | Mantenimiento | | | \$ 300,00 | \$ 312,00 | \$ 324,48 | \$ 337,46 | \$ 350,96 | \$ 365,00 |
| 1.3 | Sueldos | | | | | | | | |
| | Gerente propietario | | \$ 1.200,00 | \$ 1.200,00 | \$ 1.200,00 | \$ 1.200,00 | \$ 1.200,00 | \$ 1.200,00 | \$ 1.200,00 |
| | Asistente Deportivo | | \$ 1.750,00 | \$ 1.750,00 | \$ 1.750,00 | \$ 1.750,00 | \$ 1.750,00 | \$ 1.750,00 | \$ 1.750,00 |
| | Asistente Comercial | | \$ 750,00 | \$ 750,00 | \$ 750,00 | \$ 750,00 | \$ 750,00 | \$ 750,00 | \$ 750,00 |
| | Ejecutivo de Ventas | | \$ 480,00 | \$ 480,00 | \$ 480,00 | \$ 480,00 | \$ 480,00 | \$ 480,00 | \$ 480,00 |
| SUBTOTAL | | \$ - | \$ 4.180,00 | \$ 4.980,00 | \$ 5.012,00 | \$ 5.045,28 | \$ 5.079,89 | \$ 5.115,89 | \$ 5.153,32 |
| INVERSIÓN TOTAL | | | \$ 4.180,00 | \$ 4.980,00 | \$ 5.012,00 | \$ 5.045,28 | \$ 5.079,89 | \$ 5.115,89 | \$ 5.153,32 |

| RESUMEN ACTIVIDADES | | | | | | | | |
|---------------------|-------------------------|--------------------------------------|---------------------------------|--|--|--|-------------------|--------------------|
| | | ALUMNOS MENSUALMENTE INSCRITOS | COSTO MENSUAL POR PERSONA | | | | TOTAL POR MES | TOTAL POR AÑO |
| 1 | Escenario pesimista | 15 | \$50,00 | | | | \$750,00 | \$9.000,00 |
| 2 | Esenario apuesta | 40 | \$50,00 | | | | \$2.000,00 | \$24.000,00 |
| 3 | Escenario optimista | 50 | \$50,00 | | | | \$2.500,00 | \$30.000,00 |

| PROYECCIÓN DE INGRESOS POR BENEFICIO SOCIAL | | | | | | | | | |
|---|------------------------|----------------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|
| ITEM | DETALLE DE ACTIVIDADES | INGRESOS PROYECTADOS | | | | | | | |
| | | AÑO 2021 | AÑO 2022 | AÑO 2023 | AÑO 2024 | AÑO 2025 | AÑO 2026 | AÑO 2027 | AÑO 2028 |
| | Escenario pesimista | | \$4.500,00 | \$9.000,00 | \$9.360,00 | \$9.734,40 | \$10.123,78 | \$10.528,73 | \$10.949,88 |
| | Esenario apuesta | | \$12.000,00 | \$24.000,00 | \$24.960,00 | \$25.958,40 | \$26.996,74 | \$28.076,61 | \$29.199,67 |
| | Escenario optimista | | \$15.000,00 | \$30.000,00 | \$31.200,00 | \$32.448,00 | \$33.745,92 | \$35.095,76 | \$36.499,59 |

FLUJO DE CAJA

| | AÑO 2022 | AÑO 2023 | AÑO 2024 | AÑO 2025 | AÑO 2026 | AÑO 2027 | AÑO 2028 |
|------------------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|
| INVERSIÓN | -\$5.900 | | | | | | |
| INGRESOS PESIMISTA | \$4.500 | \$9.000 | \$9.360 | \$9.734 | \$10.124 | \$10.529 | \$10.950 |
| INGRESOS APUESTA | \$12.000 | \$24.000 | \$24.960 | \$25.958 | \$26.997 | \$28.077 | \$29.200 |
| INGRESOS OPTIMISTA | \$15.000 | \$30.000 | \$31.200 | \$32.448 | \$33.746 | \$35.096 | \$36.500 |
| EGRESOS | 4.180 | \$4.980 | \$5.012 | \$5.045 | \$5.080 | \$5.116 | \$5.153 |
| FLUJO PESIMISTA | -\$5.580 | \$4.020 | \$4.348 | \$4.689 | \$5.044 | \$5.413 | \$5.797 |
| FLUJO APUESTA | \$1.920 | \$19.020 | \$19.948 | \$20.913 | \$21.917 | \$22.961 | \$24.046 |
| FLUJO OPTIMISTA | \$4.920 | \$25.020 | \$26.188 | \$27.403 | \$28.666 | \$29.980 | \$31.346 |

| | |
|----------------------------|--------------|
| ESCENARIO PESIMISTA | |
| VAN | \$ 12.523,83 |
| TIR | 46,50% |

| | |
|--------------------------|--------------|
| ESCENARIO APUESTA | |
| VAN | \$ 79.312,34 |
| TIR | 133,83% |

| | |
|----------------------------|---------------|
| ESCENARIO OPTIMISTA | |
| VAN | \$ 106.027,74 |
| TIR | 133,83% |

| FLUJO DE GASTO DE INVERSIÓN | | | |
|------------------------------------|--|--------------------|------------------------|
| ITEM | COMPONENTE | AÑO 2021 | TOTAL INVERSIÓN |
| | Adecuación y equipamiento del area deportiva comunal, para brindar una excelente atención a los habitantes que reallizan actividad deportiva Fit de la ciudadela Ciudad Celeste | | |
| 1.1 | Adecuación del área deportiva comunal de la Ciudadela Ciudad Celeste | \$ 4.900,00 | \$ 4.900,00 |
| 1.2 | Equipamiento del área deportiva comunal de la Ciudadela Ciudad Celeste | \$ 1.000,00 | \$ 1.000,00 |
| | SUBTOTAL | \$ 5.900,00 | \$ 5.900,00 |
| | INVERSIÓN TOTAL | \$ 5.900,00 | \$ 5.900,00 |

Adecuación del área deportiva comunal de la Ciudadela Ciudad Celeste

| | |
|---|-----------------|
| Pintura | 850,00 |
| Mantenimiento del sistema de Aire Acondicionado | 650,00 |
| Mantenimiento sanitario | 750,00 |
| Mantenimiento Casilleros | 650,00 |
| Instalacion Piso Flotante de madera | 2.000,00 |
| | 4.900,00 |

Equipamiento del área deportiva comunal de la Ciudadela Ciudad Celeste

| | |
|----------------------------|-----------------|
| Pelota de Pilates | 120,00 |
| Mancuernas de varios pesos | 400,00 |
| kettlebell | 300,00 |
| Alfombras suaves | 180,00 |
| | 1.000,00 |

| COSTOS FIJOS Y VARIABLES | | | | | | | | | | | | |
|---------------------------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|
| MES | ENE | FEB | MAR | ABR | MAY | JUN | JUL | AGO | SEP | OCT | NOV | DIC |
| VALOR MENSUAL | 50,00 | 50,00 | 50,00 | 50,00 | 50,00 | 50,00 | 50,00 | 50,00 | 50,00 | 50,00 | 50,00 | 50,00 |
| ALUMNOS | 40 | 40 | 40 | 40 | 40 | 40 | 40 | 40 | 40 | 40 | 40 | 40 |
| TOTAL | 2000,00 | 2000,00 | 2000,00 | 2000,00 | 2000,00 | 2000,00 | 2000,00 | 2000,00 | 2000,00 | 2000,00 | 2000,00 | 2000,00 |
| COTOS FIJOS | | | | | | | | | | | | |
| Sueldo Gerente/Coach | 1200,00 | 1200,00 | 1200,00 | 1200,00 | 1200,00 | 1200,00 | 1200,00 | 1200,00 | 1200,00 | 1200,00 | 1200,00 | 1200,00 |
| Suministros | 40,00 | 40,00 | 40,00 | 40,00 | 40,00 | 40,00 | 40,00 | 40,00 | 40,00 | 40,00 | 40,00 | 40,00 |
| Publicidad | 40,00 | 40,00 | 40,00 | 40,00 | 40,00 | 40,00 | 40,00 | 40,00 | 40,00 | 40,00 | 40,00 | 40,00 |
| Impuestos | 240,00 | 240,00 | 240,00 | 240,00 | 240,00 | 240,00 | 240,00 | 240,00 | 240,00 | 240,00 | 240,00 | 240,00 |
| Subtotal | 1520,00 | 1520,00 | 1520,00 | 1520,00 | 1520,00 | 1520,00 | 1520,00 | 1520,00 | 1520,00 | 1520,00 | 1520,00 | 1520,00 |
| COSTOS VARIABLES | | | | | | | | | | | | |
| Asistente Deportivo | 250,00 | 250,00 | | 250,00 | 250,00 | | 250,00 | 250,00 | | | | 250,00 |
| Asistente Comercial | | | 250,00 | | | 250,00 | | | | | 250,00 | |
| Ejecutivo de Ventas | 80,00 | 40,00 | 40,00 | 40,00 | | 40,00 | 40,00 | 40,00 | 80,00 | 40,00 | | 40,00 |
| Subtotal | 330,00 | 290,00 | 290,00 | 290,00 | 250,00 | 290,00 | 290,00 | 290,00 | 80,00 | 40,00 | 250,00 | 290,00 |
| TOTAL COSTOS | 1850,00 | 1810,00 | 1810,00 | 1810,00 | 1770,00 | 1810,00 | 1810,00 | 1810,00 | 1600,00 | 1560,00 | 1770,00 | 1810,00 |

FORMATOS SENEYCIT



DECLARACIÓN Y AUTORIZACIÓN

Yo, **Gustavo Daniel Díaz Hidalgo**, con C.C: # 0924038391 autor del trabajo de titulación: “**Plan de negocios para la comercialización de paquetes de entrenamiento Fit, con la empresa Zona Fitness, en Samborondón ciudadela Ciudad Celeste**” previo a la obtención del título de **Ingeniero en Administración de Ventas** en la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil.

1.- Declaro tener pleno conocimiento de la obligación que tienen las instituciones de educación superior, de conformidad con el Artículo 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior, de entregar a la SENESCYT en formato digital una copia del referido trabajo de titulación para que sea integrado al Sistema Nacional de Información de la Educación Superior del Ecuador para su difusión pública respetando los derechos de autor.

2.- Autorizo a la SENESCYT a tener una copia del referido trabajo de titulación, con el propósito de generar un repositorio que democratice la información, respetando las políticas de propiedad intelectual vigentes.

Guayaquil, 21 de septiembre de 2022

f.  _____

Nombre: **Gustavo Daniel Díaz Hidalgo**

C.C: 0924038391



REPOSITORIO NACIONAL EN CIENCIA Y TECNOLOGÍA

FICHA DE REGISTRO DE TESIS/TRABAJO DE TITULACIÓN

| | | | |
|---|--|-----------------------------------|-------------|
| TÍTULO Y SUBTÍTULO: | “Plan de negocios para la comercialización de paquetes de entrenamiento Fit, con la empresa Zona Fitness, en Samborondón ciudadela Ciudad Celeste” | | |
| AUTOR(ES) | Díaz Hidalgo, Gustavo Daniel | | |
| REVISOR(ES)/TUTOR(ES) | Ing. Maximiliano Pérez Cepeda PhD. (Tutor) | | |
| INSTITUCIÓN: | Universidad Católica de Santiago de Guayaquil | | |
| FACULTAD: | Facultad de Economía y Empresa | | |
| CARRERA: | Administración de Ventas | | |
| TITULO OBTENIDO: | Ingeniero en Administración de Ventas | | |
| FECHA DE PUBLICACIÓN: | 21 de septiembre de 2022 | No. DE PÁGINAS: | 104 páginas |
| ÁREAS TEMÁTICAS: | Ética y responsabilidad social empresarial, Comercio, Marketing | | |
| PALABRAS CLAVES/ KEYWORDS: | Crossfit, entrenamientos, salud, funcional, ejercicios, nutrición | | |
| RESUMEN/ABSTRACT (150-250 palabras): | <p>La empresa Zona Fitness tiene como finalidad elaborar paquetes Fit para los habitantes de la urbanización Ciudad Celeste que pretender mantener una buena condición física, lugar donde esta compañía se dedica a brindar servicios de entrenamientos físicos personalizados dentro de este complejo en la ciudad de Samborondón, aquí se promueve la actividad física de los habitantes en diferentes horarios, y se desarrollan distintas disciplinas como crossfit, musculación, natación, entre otros. Esta empresa inició sus actividades en el año 2018 por el Sr. Gustavo Díaz, quien vio una oportunidad de un emprendimiento y ayuda al resto de personas que necesitan ser asesoradas por un profesional. Apoyado con sus conocimientos y capacidades en esta rama. Este servicio, ha identificado como mercado meta a las personas que realizan alguna actividad física como sus clientes potenciales, este grupo buscará el tiempo personal adecuado para realizar actividades como crossfit y otras actividades físicas, a su vez tener una asesoría nutricional, a través de la aplicación de los paquetes Fit. Por el grado de actividad de las personas de la ciudadela Ciudad Celeste se determina que este paquete es muy necesario en todas las etapas, porque fomentan la mente activa, salud y estado físico adecuado de acuerdo con el peso de los participantes o edad. Este plan tiene como finalidad elaborar un paquete Fit para los diferentes residentes de la zona por lo cual se ha considerado la elaboración de este tomando en cuenta todas las estrategias a utilizar y permisos legales que sean necesarios.</p> | | |
| ADJUNTO PDF: | <input checked="" type="checkbox"/> SI | <input type="checkbox"/> NO | |
| CONTACTO CON AUTOR/ES: | Teléfono: +593-995600548 | E-mail: gustavo.dia1793@gmail.com | |
| CONTACTO CON LA INSTITUCIÓN (COORDINADOR DEL PROCESO UTE): | Nombre: Garcés Silva, Magaly Noemi | | |
| | Teléfono: +593-4-2206953 Ext. 5046 | | |
| | E-mail: magaly.garces@cu.ucsg.edu.ec | | |
| SECCIÓN PARA USO DE BIBLIOTECA | | | |
| Nº. DE REGISTRO (en base a datos): | | | |
| Nº. DE CLASIFICACIÓN: | | | |
| DIRECCIÓN URL (tesis en la web): | | | |