

**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL**

**FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y
ADMINISTRATIVAS
CARRERA DE ADMINISTRACION DE EMPRESAS**

**TÍTULO:
ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACION DE
UN CENTRO DE ENTRENAMIENTO FISICO EN LA CIUDAD DE
MANTA PROVINCIA DE MANABI.**

**AUTORES:
Salazar Arteaga, Carlos Andrés
Bonilla Rodas, Kerlly Stephania**

**Trabajo de Titulación previo a la Obtención del Título de
Ingeniero Comercial.**

**TUTOR:
Ing. Murillo Martínez, Pedro Moisés, Mgs.**

Guayaquil, Ecuador

2014



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL**

**FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y
ADMINISTRATIVAS
CARRERA DE ADMINISTRACION DE EMPRESAS**

CERTIFICACIÓN

Certificamos que el presente trabajo fue realizado en su totalidad por **Carlos Andrés, Salazar Arteaga y Kerlly Stephania, Bonilla Rodas**, como requerimiento parcial para la obtención del Título de **Ingeniero Comercial**.

TUTOR (A)

Ing. Murillo Martínez, Pedro Moisés, Mgs.

DIRECTOR DE LA CARRERA

Ing. Vergara Pereira Darío Marcelo, Mgs.

Guayaquil, octubre del 2014



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y
ADMINISTRATIVAS
CARRERA DE ADMINISTRACION DE EMPRESAS

DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD

Nosotros, **Salazar Arteaga, Carlos Andrés**
Bonilla Rodas, Kerlly Stephania

DECLARAMOS QUE:

El Trabajo de Titulación **Estudio de Factibilidad para la implementación de un centro de entrenamiento físico en la ciudad de Manta Provincia de Manabí** previa a la obtención del Título **de Ingeniero Comercial.**, ha sido desarrollado respetando derechos intelectuales de terceros conforme las citas que constan al pie de las páginas correspondientes, cuyas fuentes se incorporan en la bibliografía. Consecuentemente este trabajo es de **nuestra** total autoría.

En virtud de esta declaración, **nos responsabilizamos** del contenido, veracidad y alcance científico del Trabajo de Titulación referido.

Guayaquil, octubre del 2014

AUTORES

Carlos Andrés, Salazar Arteaga

Kerlly Stephania, Bonilla Rodas



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y
ADMINISTRATIVAS
CARRERA DE ADMINISTRACION DE EMPRESAS

AUTORIZACIÓN

Nosotros, **Salazar Arteaga, Carlos Andrés**
Bonilla Rodas, Kerlly Stephania

Autorizamos a la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil, la **publicación** en la biblioteca de la institución del Trabajo de Titulación: **Estudio de Factibilidad para la implementación de un centro de entrenamiento físico en la ciudad de Manta Provincia de Manabí** cuyo contenido, ideas y criterios son de **nuestra** exclusiva responsabilidad y total autoría.

Guayaquil, octubre del 2014

AUTORES:

Carlos Andrés, Salazar Arteaga

Kerlly Stephania, Bonilla Rodas

DEDICATORIA

Este proyecto se lo dedico a Dios y a las personas que siempre confiaron en mí, a los que estuvieron a mi lado en este largo camino como fueron mis padres, hermanos, abuelitas, Tías, amigos y especialmente a Madelyn Manzano quien fue un pilar fundamental para el logro de este objetivo, su compañía, paciencia y cariño me ayudaron mucho en los momentos difíciles, fue mi compañera y quien me dio la fuerza necesaria y apoyo en los últimos años de mi carrera universitaria.

CARLOS SALAZAR

DEDICATORIA

Este proyecto va dedicado a Dios que es quien me ha guiado a lo largo de mi carrera universitaria brindándome capacidad, sabiduría y entendimiento para lograr terminar la misma con éxito.

A mis padres y hermanos que estuvieron apoyándome en cada paso, en cada etapa de mi vida, a ustedes les dedico esta tesis.

KERLLY BONILLA



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL**

**FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y
ADMINISTRATIVAS
CARRERA DE ADMINISTRACION DE EMPRESAS**

CALIFICACIÓN

Ing. Murillo Martínez, Pedro Moisés, Mgs.

ÍNDICE GENERAL

RESUMEN.....	xx
ABSTRACT	xxii
INTRODUCCIÓN.....	1
ANTECEDENTES.....	4
PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	6
JUSTIFICACION.....	8
PLANTEAMIENTO Y DELIMITACION DEL TEMA	11
CONTEXTUALIZACION DEL TEMA.....	12
Objetivo General	14
Objetivos Específicos	14
Variables dependientes.....	15
Variables Independientes.....	15
METODOLOGIA.....	16
CAPITULO I.....	18
MARCO CONTEXTUAL	18
1.1 MARCO TEORICO.....	18
1.1.1 La Actividad Física	18
1.1.2 Beneficios de la actividad física.....	18
1.1.3 La actividad física en adultos.....	21
1.1.4 Beneficios de la actividad física en adultos.....	21
1.1.5 El Sedentarismo	22
1.1.6 Causas de Inactividad Física.....	23
1.1.7 Sedentarismo a nivel Mundial.....	23
1.1.8 Sedentarismo en el Ecuador	24
1.1.9 Causas de mortalidad en el Ecuador.....	25
1.1.10 Servicios que ofrece un centro de entrenamiento físico.....	25
1.1.11 Beneficios de un centro de entrenamiento físico	25

1.1.12 Beneficios de ciertos ejercicios que se practican en un centro de entrenamiento físico	26
1.1.12.1 Entrenamiento Funcional.....	26
1.1.12.2 Entrenamiento de fuerza	28
1.1.12.3 Beneficios del entrenamiento de fuerza con pesas para la salud.....	29
1.1.12.4 Trabajos aeróbicos y de musculación como métodos para bajar de peso	30
1.1.13 La importancia de la arquitectura en el negocio de los centros de entrenamiento físico	32
1.1.13.1 Como una aliada en las ventas	32
1.1.14 Estrategias de cómo se adapta la infraestructura de un centro de entrenamiento físico al cliente	34
1.1.15 Los vestuarios, un valor agregado para los gimnasios actuales	37
1.1.16 La Recepción de los gimnasios como la carta de presentación de los establecimientos	38
1.1.17 La importancia del fitness grupal en los ingresos de los gimnasios	40
1.1.18 Estrategias de marketing para centros de entrenamiento físico.....	41
1.2 MARCO REFERENCIAL	44
1.3 MARCO CONCEPTUAL.....	50
1.3.1 Definición de Actividad Física.....	50
1.3.2 Definición de Sedentarismo.....	50
1.3.3 Definición de Gimnasio.....	51
1.3.4 Definición de Investigación de Mercados.....	51
1.3.5 Definición de Ventaja Competitiva	52
1.3.6 Definición de Fidelización de los clientes.....	52
1.3.7 Definición de Publicidad	53
1.3.8 Definición de Fitness	53
1.3.9 Definición de Fitness Grupal.....	54
1.3.10 Definición de Referenciación de los procesos o Benchmarking.....	54
1.3.11 Definición de Valor Presente Neto (VPN)	54
1.3.12 Definición de Tasa Interna de Rendimiento (TIR)	55
1.3.13 Definición de Costo Promedio Ponderado de Capital (CCPP)	55
1.3.14 Que es el Programa “Ecuador Ejercítate”	56

1.4 MARCO LEGAL	57
1.4.1 Obligaciones del empleador y trabajador	57
1.4.2 Beneficios sociales y beneficios legales	59
1.4.3 De la terminación del contrato de trabajo.	60
1.4.4 Reglamento interno de seguridad y salud del trabajo.	62
1.4.5 Plan nacional para el buen vivir 2013-2017	63
CAPITULO II.....	65
INVESTIGACION DE MERCADOS	65
2.1 INTRODUCCION	65
2.2 TIPO DE INVESTIGACION	66
2.2.1 Investigación descriptiva	66
2.3 PERFIL DEL CONSUMIDOR	66
2.3.1 Descripción del perfil del usuario.....	66
2.3.2 Segmentación de Usuarios	67
2.4 DISEÑO DE LA INVESTIGACION	68
2.4.1 Identificación de la población.....	68
2.4.2 Identificación de la muestra.....	71
2.5 TÉCNICA DE MUESTREO	73
2.5.1 Muestreo probabilístico aleatorio.....	73
2.5.2 Muestreo sin reemplazo	73
2.5.3 Método de selección de la muestra	73
2.6 SELECCIÓN DE LA INFORMACIÓN	75
2.6.1 Información Primaria	75
2.6.2 Encuestas	75
2.6.3 Formato de encuestas.....	76
2.7 PRESENTACION DE LOS RESULTADOS	76
2.8 ENTREVISTAS	90
2.9 FORMATO DE ENTREVISTAS.....	90
2.9.1 Entrevista realizada al Gerente propietario del Gimnasio Taurus de la ciudad de Guayaquil, señor Leonardo Quezada.....	91

2.9.2 Entrevista realizada a personal administrativo del Gimnasio Gold's Gym de la ciudad de Guayaquil, Señor Michael Guerrero.	92
2.10 OBSERVACIÓN DIRECTA A LOS GIMNASIOS Y A LA INFRAESTRUCTURA DE LA CIUDAD DE MANTA	93
2.11 OBSERVACIÓN DE LA INFRAESTRUCTURA DE LA CIUDAD DE MANTA	96
2.12 ANÁLISIS DE LA DEMANDA	98
2.12.1 Demanda actual	98
2.13 IDENTIFICACIÓN DE LA DEMANDA.....	99
2.14 PROYECCIÓN DE LA DEMANDA	101
2.15 SEGMENTO DE MERCADO.....	102
2.16 MERCADO META.....	102
2.17 ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA.....	103
2.18 ANALISIS PEST.....	104
2.18.1 Factores Políticos.....	104
2.18.1.1 Estabilidad política del Ecuador.....	104
2.18.1.2 Política comercial	105
2.18.2 Factores económicos	106
2.18.2.1 Crecimiento económico del Ecuador	106
2.18.2.2 Desempleo	107
2.18.2.3 Inflación.....	108
2.18.3 Factores Sociales.....	108
2.18.3.1 Cambio en el estilo de vida.....	108
2.18.3.2 Obesidad en el Ecuador	109
2.18.4 Factores Tecnológicos	110
2.18.4.1 Aplicaciones virtuales para celulares inteligentes o Smartphone y tablets (App), aplicadas en el deporte.....	110
2.18.4.2 Redes sociales	110
2.19 ANÁLISIS DE LOS PRECIOS DE LA COMPETENCIA	111
2.20 ANALISIS DE LA OFERTA	111
2.20.1 Definición	111

2.20.2 Oferta de centros de entrenamiento físico en la ciudad de Manta	111
2.20.3 Comportamiento histórico de la Oferta	114
2.20.4 Oferta Actual	115
2.20.5 Proyección de la oferta.....	116
2.21 DETERMINACION DE LA DEMANDA INSATISFECHA.....	117
2.21.1 Cobertura de la demanda insatisfecha por parte del proyecto	117
CAPITULO III.....	119
ESTUDIO TECNICO DEL PROYECTO	119
3.1 LOCALIZACION	119
3.1.1 Macro Localización Del Proyecto	119
3.1.1.1 Infraestructura de la ciudad	120
3.1.2 Micro Localización Del Proyecto.....	121
3.1.2.1 Matriz de calificación	123
3.2 TAMAÑO Y CAPACIDAD DEL PROYECTO	125
3.3 DISEÑO DE LAS INSTALACIONES.....	126
3.3.1 PLANO DEL CENTRO DE ENTRENAMIENTO.....	128
3.4 DISTRIBUCION DE LAS INSTALACIONES.....	130
3.4.1 Especificaciones y ubicaciones de las áreas dentro del centro de entrenamiento físico.....	131
3.5 TAMAÑO DEL PROYECTO	134
3.6 CAPACIDAD INSTALADA.....	136
3.7 PERSONAL OPERATIVO POR AREAS	137
3.8 PROCESOS.....	145
3.8.1 Flujograma de procesos	145
3.9 PRESPUESTO TECNICO.....	148
3.9.1 Detalle de muebles y enseres	148
3.9.2 Detalle de equipos de oficina.....	150
3.9.3 Detalle de equipos de computación.....	151
3.9.4 Detalle de acondicionamientos.....	152
3.9.5 Detalle de maquinas.....	155

3.9.6 Detalle de menaje	159
3.9.7 Detalle de materiales de limpieza	159
3.9.8 Detalle de Seguridad y control interno	159
3.9.9 Detalle de Seguridad Cuerpo de Bomberos	160
3.9.10 Detalle de insumos	160
3.10 PROVEEDORES	160
3.11 DESCRIPCION DE LA EMPRESA	164
3.11.1 LOGO	164
3.11.2 NOMBRE	164
3.11.3 MISION	164
3.11.4 VISION	164
3.11.5 OBJETIVOS	165
3.11.6 FILOSOFIA	165
3.11.7 VALORES CORPORATIVOS	165
3.11.8 MATRIZ FODA	167
3.11.9 FACTORES CLAVES DEL ÉXITO	168
3.11.10 MATRIZ 5 FUERZAS DE PORTER	169
3.12 PLAN DE MARKETING	173
3.13 MARKETING MIX	174
3.13.1 PRODUCTO	174
3.13.2 PLAZA	174
3.13.3 PRECIO	175
3.13.4 PROMOCION	176
3.14 ESTRATEGIAS DE MARKETING	180
3.14.1 ESTRATEGIA DE POSICIONAMIENTO	180
3.14.2 ESTRATEGIA DE PUBLICIDAD	182
3.15 SEGUIMIENTO Y MONITOREO	186
3.16 FORMAS DE PAGO	186
3.17 SERVICIOS	187
3.17.1 Áreas operativas	187

3.17.2 Áreas Administrativas.....	187
3.17.3 Áreas adicionales	187
3.18 DESCRIPCIÓN Y DISEÑO DE LAS ÁREAS	188
3.18.1 Planta baja	188
3.18.2 Planta alta	196
3.19 ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL	204
3.19.2 Organigrama Estructural	206
3.19.3 Manual de funciones	206
3.20 ASPECTOS LEGALES.....	219
3.20.1 Constitución de la Compañía.....	219
3.20.2 Formalidades a cumplir en la Compañía de Responsabilidad Limitada. .	220
3.20.3 Financiamiento	223
3.20.4 Fuentes de financiamiento	224
3.20.5 Socios capitalistas	224
3.20.6 Garantías para el financiamiento con la Corporación Financiera Nacional (CFN)	225
3.20.7 Condiciones del financiamiento	225
3.21 PERMISOS Y REQUISITOS	227
3.21.2 Patente Municipal.....	228
3.21.3 Permiso de funcionamiento (No Turístico).....	230
3.21.4 Permiso de funcionamiento del Cuerpo de Bombero.....	233
3.21.5 Inscripción en la Cámara de Comercio de Manta	235
3.21.6 Permiso de funcionamiento para locales por el Ministerio de Salud Pública del Ecuador.....	236
3.21.7 Registro de Marca y/o Nombre y lema comercial de la empresa en el Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual (IEPI)	237
CAPITULO IV	239
ESTUDIO TECNICO FINANCIERO	239
4.1 ANÁLISIS FINANCIERO	239
4.1.1 Activo diferido.....	239
4.1.2 Activo fijo.....	239
4.1.3 Demanda Proyectada.....	240

4.1.4	Proyección de Ingresos.....	242
4.1.5	Costos.....	243
4.1.6	Gasto.....	244
4.1.7	Sueldo.....	245
4.1.8	Capital de trabajo.....	247
4.1.9	Inversión Total.....	248
4.1.10	Financiamiento.....	248
4.1.11	Depreciación.....	251
4.1.12	Amortización.....	251
4.1.13	Balance General Inicial.....	253
4.1.14	Balance general proyectado.....	254
4.1.15	Estado de Pérdidas y Ganancias.....	255
4.1.16	Flujo de Caja.....	256
4.1.17	Recuperación de la Inversión.....	258
4.1.18	TIR y VAN.....	259
4.1.19	Análisis de sensibilidad por escenarios.....	261
4.1.20	Ratios Financieros.....	262
4.1.21	Punto de equilibrio.....	263
	CONCLUSIONES.....	265
	RECOMENDACIONES.....	267
	BIBLIOGRAFÍA.....	269
	ANEXOS.....	278

ÍNDICE DE TABLAS

TABLA 1 DISTRIBUCIÓN DE LA POBLACIÓN POR SEXO.....	10
TABLA 2 NIVEL SOCIOECONÓMICO DE LAS PRINCIPALES CIUDADES DEL ECUADOR.....	68
TABLA 3 POBLACIÓN DE LA CIUDAD DE MANTA (ZONA URBANA)	69
TABLA 4 GRUPO DE EDADES (ZONA URBANA DE MANTA)	69
TABLA 5 HABITANTES PARROQUIA MANTA	70
TABLA 6 GRUPO DE EDADES (PARROQUIA MANTA).....	70
TABLA 7 TAMAÑO DE LA POBLACIÓN O UNIVERSO.....	71
TABLA 8 IDENTIFICACIÓN DE LA DEMANDA ACTUAL	100
TABLA 9 CRECIMIENTO POBLACIONAL DE LA PROVINCIA DE MANABÍ.....	101
TABLA 10 CRECIMIENTO POBLACIONAL DE LA CIUDAD DE MANTA.....	101
TABLA 11 BALANZA COMERCIAL DEL ECUADOR	106
TABLA 12 INFORMACIÓN DE GIMNASIOS DE LA CIUDAD DE MANTA.....	113
TABLA 13 PROMEDIO DE ASISTENCIAS A GIMNASIOS EN LA CIUDAD DE MANTA.....	114
TABLA 14 OFERTA ACTUAL DE GIMNASIOS DE LA PARROQUIA MANTA.....	115
TABLA 15 PROYECCIÓN DE OFERTA DE GIMNASIOS DE LA CIUDAD DE MANTA.....	116
TABLA 16 MATRIZ DE CALIFICACIÓN	124
TABLA 17 DISTRIBUCIÓN DE LAS ÁREAS DEL CENTRO DE ENTRENAMIENTO FÍSICO	130
TABLA 18 DISTRIBUCIÓN DE PERSONAS POR ÁREAS	134
TABLA 19 DISTRIBUCIÓN DE PERSONAS POR ÁREAS (2).....	135
TABLA 20 DISTRIBUCIÓN DE PERSONAS POR ÁREAS (3).....	135
TABLA 21 DISTRIBUCIÓN DE PERSONAS POR ÁREAS (4).....	136
TABLA 22 HORARIOS Y SALARIOS (ÁREA DE RITMOS).....	137
TABLA 23 HORARIOS Y SALARIOS (ÁREA DE PESAS Y FUNCIONAL).....	138
TABLA 24 HORARIOS Y SALARIOS (ÁREA DE POLE FITNESS).....	138
TABLA 25 HORARIOS Y SALARIOS (ÁREA DE RELAJACIÓN)	139
TABLA 26 HORARIOS Y SALARIOS (ÁREA DE SPINNING).....	140
TABLA 27 HORARIOS Y SALARIOS (ÁREA DE TRX).....	140
TABLA 28 HORARIOS Y SALARIOS (ÁREA DE CARDIO).....	141
TABLA 29 HORARIOS Y SALARIOS (ÁREA DE CROSSFIT)	142
TABLA 30 HORARIOS Y SALARIOS (ÁREA DE KINESIS).....	142
TABLA 31 HORARIOS Y SALARIOS (ÁREA DE QUEENAX).....	143
TABLA 32 HORARIOS Y SALARIOS (ÁREA DE DEFENSA)	144
TABLA 33 SUELDOS PERSONAL ÁREA OPERATIVA	145
TABLA 34 MUEBLES Y ENSERE ÁREA ADMINISTRATIVA	148
TABLA 35 MUEBLES Y ENSERES ÁREA OPERACIONAL.....	149
TABLA 36 EQUIPOS DE OFICINA.....	150
TABLA 37 EQUIPOS DE COMPUTACIÓN.....	151
TABLA 38 ACONDICIONAMIENTOS	152
TABLA 39 ACONDICIONAMIENTOS (2).....	153
TABLA 40 ACONDICIONAMIENTOS (3).....	154
TABLA 41 MAQUINAS	155
TABLA 42 MAQUINAS (2)	156
TABLA 43 MAQUINAS (3)	157
TABLA 44 MAQUINAS (4)	158
TABLA 45 MENAJE	159

TABLA 46 MATERIALES DE LIMPIEZA	159
TABLA 47 SEGURIDAD Y CONTROL INTERNO.....	159
TABLA 48 SEGURIDAD CUERPO DE BOMBEROS	160
TABLA 49 INSUMOS.....	160
TABLA 50 VALOR CUOTA MENSUAL	176
TABLA 51 HORARIOS DE CLASES PROMOCIONALES COLECTIVAS.....	177
TABLA 52 PRESUPUESTO DE PROMOCIÓN CLASES COLECTIVAS.....	177
TABLA 53 HORARIO DE CLASES PROMOCIONALES ÁREA DE CARDIO.....	178
TABLA 54 PRESUPUESTO DE PROMOCIÓN ÁREA DE CARDIO	178
TABLA 55 HORARIO DE CLASES PROMOCIONALES ÁREA DE PESAS/FUNCIONAL.....	178
TABLA 56 PRESUPUESTO DE PROMOCIÓN ÁREA DE PESAS/FUNCIONAL	179
TABLA 57 DESCUENTOS POR PAGOS ADELANTADOS.....	179
TABLA 58 PREMIOS.....	180
TABLA 59 PRESUPUESTO DE PUBLICIDAD	183
TABLA 60 PUBLICIDAD EN INTERNET	184
TABLA 61 SEGUIMIENTO Y MONITOREO DE ACTIVIDADES	186
TABLA 62 CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES	186
TABLA 63 CLAVES SOBRE EL DISEÑO DE LA ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL	205
TABLA 64 CAPITAL SOCIOS	224
TABLA 65 CÁLCULO DEL IMPUESTO DE PATENTES MUNICIPALES.....	230
TABLA 66 CALCULO DEL COSTO DEL PERMISO DE FUNCIONAMIENTO	232
TABLA 67 TASAS IEPI.....	238
TABLA 68 ACTIVO DIFERIDO	239
TABLA 69 ACTIVOS FIJOS.....	240
TABLA 70 DEMANDA PROYECTADA	241
TABLA 71 CRECIMIENTO DE LA POBLACIÓN.....	242
TABLA 72 PROYECCIÓN DE INGRESOS AÑO 1	242
TABLA 73 PROYECCIÓN DE INGRESOS ANUALES	243
TABLA 74 COSTOS INDIRECTOS	244
TABLA 75 GASTO	244
TABLA 76 SUELDOS MENSUALES.....	245
TABLA 77 SUELDOS PROYECTADOS	246
TABLA 78 CAPITAL DE TRABAJO	247
TABLA 79 INVERSIÓN TOTAL	248
TABLA 80 FINANCIAMIENTO	248
TABLA 81 AMORTIZACIÓN DE LA DEUDA.....	250
TABLA 82 DEPRECIACIONES.....	251
TABLA 83 AMORTIZACIÓN DE ACTIVO DIFERIDO	252
TABLA 84 BALANCE GENERAL INICIAL.....	253
TABLA 85 BALANCE GENERAL PROYECTADO	254
TABLA 86 ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS PROYECTADO	255
TABLA 87 FLUJO DE CAJA PROYECTADO.....	257
TABLA 88 RESULTADOS VAN Y TIR.....	260
TABLA 89 RESULTADOS DEL COSTO PROMEDIO PONDERADO DE CAPITAL	261
TABLA 90 ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD	262
TABLA 91 RETORNO SOBRE LOS ACTIVOS (ROA)	262
TABLA 92 RENTABILIDAD SOBRE RECURSOS PROPIOS (ROE).....	263
TABLA 93 PUNTO DE EQUILIBRIO DEL CEF	264

ÍNDICE DE GRÁFICOS

GRAFICO 1 CAUSAS DE MORTALIDAD EN EL ECUADOR.....	25
GRAFICO 2 ENTRENAMIENTO FUNCIONAL	27
GRAFICO 3 TRABAJOS AERÓBICOS Y DE MUSCULACIÓN COMO MÉTODO PARA BAJAR DE PESO.....	30
GRAFICO 4 ENTRENAMIENTO DE CIRCUITO.....	31
GRAFICO 5 LA ARQUITECTURA COMO ALIADA DE LAS VENTAS.....	34
GRAFICO 6 LA RECEPCIÓN COMO CARTA DE PRESENTACIÓN	39
GRAFICO 7 EL FITNESS GRUPAL	41
GRAFICO 8 GOLD´S GYM	44
GRAFICO 9 GOLD´S GYM (SALA DE AEROBICOS).....	45
GRAFICO 10 GOLD´S GYM (SALA DE SPINNING)	45
GRAFICO 11 GOLD´S GYM (SALA DE PESAS)	46
GRAFICO 12 GIMNASIO ALCALÁ DE HENARES - INSTALACIONES	47
GRAFICO 13 GIMNASIO ALCALÁ DE HENARES (PISCINA).....	47
GRAFICO 14 GIMNASIO ALCALÁ DE HENARES (SPA).....	48
GRAFICO 15 GIMNASIO ALCALA DE HENARES (ZONA LOUNGE)	48
GRAFICO 16 GIMNASIO ALCALÁ DE HENARES (ÁREA DE NIÑOS)	48
GRAFICO 17 GIMNASIO ALCALA DE HENARES (VESTUARIOS)	49
GRAFICO 18 ASISTENCIA A CENTROS DE ENTRENAMIENTO FÍSICO	76
GRAFICO 19 SECTORES.....	77
GRAFICO 20 ASISTENCIA EN LA ACTUALIDAD A CENTROS DE ENTRENAMIENTO	78
GRAFICO 21 RAZONES	78
GRAFICO 22 HORARIOS DE ASISTENCIA	79
GRAFICO 23 LISTA DE SERVICIOS	80
GRAFICO 24 EQUIPAMIENTO ADECUADO	82
GRAFICO 25 ACEPTACIÓN DEL PROYECTO	83
GRAFICO 26 FORMAS DE PAGO	83
GRAFICO 27 CUOTA MENSUAL.....	84
GRAFICO 28 DISPONIBILIDAD DE TIEMPO.....	86
GRAFICO 29 FRECUENCIA DE ASISTENCIA.....	87
GRAFICO 30 RANGO DE EDADES	88
GRAFICO 31 INGRESOS ECONÓMICOS.....	88
GRAFICO 32 GÉNEROS	89
GRAFICO 33 PARQUE CLEMENTE YEROVI (CDLA. KENNEDY, AV. DEL PERIODISTA)	97
GRAFICO 34 PUERTO LISA (CALLE VENEZUELA Y LA OCTAVA).....	97
GRAFICO 35 PARQUE JERUSALÉN (URDESA CENTRAL, AV. VÍCTOR EMILIO ESTRADA)	97
GRAFICO 36 PARQUE EL BOSQUE (LOS CEIBOS, CALLE DR. CARLOS A. ARROYO DEL RIO)	98
GRAFICO 37 PARQUE LOS ESTEROS (Mzs. 1ª-2ª-18ª-19ª)	98
GRAFICO 38 MAPA DE LA CIUDAD DE MANTA.....	119
GRAFICO 39 UBICACIÓN DE LA EMPRESA	121
GRAFICO 40 PLANO DE LA PLANTA BAJA	128
GRAFICO 41 PLANO DEL PRIMER PISO	129
GRAFICO 42 FLUJOGRAMA DEL PROCESO DE PRESTACIÓN DE SERVICIOS	147
GRAFICO 43 DISEÑO DE LOGO DE LA EMPRESA.....	164
GRAFICO 44 LAS 5 FUERZAS DE PORTER.....	169
GRAFICO 45 RECEPCIÓN DEL CEF	188
GRAFICO 46 BAR DEL CEF	189
GRAFICO 47 ÁREA DE DESCANSO DEL CEF	190
GRAFICO 48 BAÑO Y VESTUARIO MASCULINO	190
GRAFICO 49 BAÑO Y VESTUARIO FEMENINO	191

GRAFICO 50 BODEGA DEL CEF	191
GRAFICO 51 DEPARTAMENTO MÉDICO DEL CEF	192
GRAFICO 52 CORE POLE	193
GRAFICO 53 GLIDING.....	193
GRAFICO 54 BOSU	194
GRAFICO 55 FITBALL	194
GRAFICO 56 DEPARTAMENTO DE VENTAS	195
GRAFICO 57 GERENCIA	196
GRAFICO 58 SALA DE RITMOS.....	197
GRAFICO 59 ÁREA DE CARDIO	198
GRAFICO 60 ÁREA DE RELAJACIÓN.....	199
GRAFICO 61 ÁREA DE KINESIS	199
GRAFICO 62 ÁREA DE KINESIS (2).....	200
GRAFICO 63 ÁREA DE POLE FITNESS	200
GRAFICO 64 ÁREA DE SPININNG.....	201
GRAFICO 65 ÁREA DE DEFENSA.....	202
GRAFICO 66 ÁREA DE QUEENAX	203
GRAFICO 67 ÁREA DE QUEENAX (2).....	203
GRAFICO 68 ÁREA DE TRX.....	204
GRAFICO 69 ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL.....	206
GRAFICO 70 DETALLES DEL CRÉDITO	249
GRAFICO 71 FORMULA RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN.....	258
GRAFICO 72 FORMULA DEL VAN.....	259
GRAFICO 73 FORMULA DE LA TASA INTERNA DE RETORNO	260
GRAFICO 74 FORMULA DEL COSTO PROMEDIO PONDERADO DE CAPITAL	260
GRAFICO 75 FORMULA DEL PUNTO DE EQUILIBRIO.....	264

RESUMEN

El presente trabajo de titulación de la Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas, Carrera de Administración de Empresas, se trata de un estudio de factibilidad para la implementación de un centro de entrenamiento físico en la ciudad de Manta Provincia de Manabí el cual cuenta con una infraestructura amplia, diseño moderno, variedad de máquinas y equipos e instructores capacitados y con experiencia que serán los encargados de las áreas de trabajo en las cuales se impartirán diferentes clases colectivas que serán atractivas y divertidas ya que actualmente la práctica física en este tipo de locales no debe ser visto solo como un lugar para perfeccionar el cuerpo sino también para recrearse y divertirse, por esta razón es que se implementara un lugar el cual reúna esas tres características para de esta manera diferenciarnos de la competencia y ser los pioneros en este tipo de establecimientos fitness en la ciudad.

El primer capítulo del proyecto abarca las diferentes teorías que responden al trabajo de titulación , las leyes que se deben tomar en cuenta para el óptimo funcionamiento del negocio, las terminologías relacionadas con el proyecto y los ejemplos de establecimientos fitness que se tomaron como modelo para la creación del centro de entrenamiento.

El segundo capítulo analiza por qué la ciudad de Manta tiene la necesidad de contar con un establecimiento donde puedan los habitantes realizar ejercicios físicos, también para conocer los gustos y preferencias de los futuros clientes acerca de este tipo de negocios. Para esto se realizaron encuestas a 376 personas y entrevistas a varios propietarios de gimnasios de la ciudad de Guayaquil y Manta para conocer en el primero como se manejan administrativamente este tipo de locales y el segundo para tener una idea de que ofrecen y como están estructurados los establecimientos que actualmente existen en el mercado. También se realizó una observación directa de la infraestructura de la ciudad y de la competencia.

En el tercer capítulo se detallara los servicios a ofrecer, la infraestructura, ubicación, las estrategias de marketing, los aspectos legales que hay que tener en cuenta para la implementación del negocio, el análisis del entorno, la estructura organizacional y las posibles amenazas y debilidades que posea el centro de entrenamiento físico.

En el cuarto capítulo se explicara y demostrara la factibilidad del proyecto por medio de un análisis financiero.

Palabras Claves: centro de entrenamiento, Manta, moderno, capacitados, experiencia, infraestructura

ABSTRACT

This degree dissertation from the Faculty of Economics and Administrative Sciences, Business Administration Career, is a feasibility study for the implementation of a fitness center in the city of Manta, Manabi Province which has a wide infrastructure, modern design, variety of machines and equipment and trained and experienced instructors ,who will be responsible for the areas of work in which different group classes are taught to be attractive and fun as currently physical practice in this type of local should not be viewed only as a place to improve the body but also for recreation and fun, therefore it is a place which meets these three features to be implemented, so in this way we can differentiate from the competition and be the pioneers in this type of fitness establishments in the city.

The first chapter of the project covers the various theories that match the job qualifications, laws must be taken into account for the optimal operation of the business, the terminology related to the project and examples of fitness facilities that were taken as a model for establishment of the training center.

The second chapter discusses why the city of Manta has the need for a facility where residents can physical exercise, also is important to know the tastes and preferences of future customers about this type of business. For this surveys were done to 376 people and interviews with several owners of gyms in the city of Guayaquil and Manta for the first as administratively handle these types of local and second to get a sense that they offer and how they are structured properties currently on the market. Direct observation of city infrastructure and competition was also held.

In the third chapter services will be detailed, infrastructure, location, marketing strategies, legal aspects to be taken into account for the implementation of business environment analysis, organizational structure and the potential threats and weaknesses possessing the fitness center.

In the fourth chapter we explain and demonstrate the feasibility of the project through a financial analysis.

Keywords: training center, Manta, modern, trained, experienced, infrastructure.

INTRODUCCIÓN

El sedentarismo es la causante de algunas enfermedades crónicas en especial las cardiovasculares en los seres humanos, La Organización Mundial de la Salud (OMS) en su artículo Estrategia mundial sobre régimen alimentario, actividad física y salud, 2014 ha determinado que la inactividad física produce un alto riesgo de mortalidad (cuarto factor de mortalidad mundial – 6% de todas las muertes registradas alrededor del mundo). La falta de ejercicio en las personas es uno de los principales causas de enfermedades como el cáncer de mama y de colon (21%-25%), diabetes¹ (27%) y de cardiopatía isquémica² (30%). En el Ecuador las enfermedades causadas por la inactividad física se ubican entre las dos principales causas de muerte en el país.

La actividad física no solo se la debe ver como una necesidad personal sino también como algo social donde participe la población y los grupos multisectoriales, no debe ser algo que se realice esporádicamente sino que se debe convertir en una disciplina y una cultura, la inactividad física provoca con el tiempo la reducción de 2 centímetros de estatura es por esto que es importante que las personas se encuentren siempre realizando ejercicios por lo menos una o dos veces por semana.

El Centro para el control y prevención de enfermedades (CDC) de los Estados Unidos, mediante una investigación publicada en el año 2009, confirmo que el hacer ejercicio reduce entre un 30 y 50% los riesgos de contraer alguna enfermedad no transmisible en las cuales se encuentran la

¹ Diabetes: Enfermedad crónica que se manifiesta cuando el páncreas no produce suficiente insulina o cuando el organismo no utiliza bien la que se produce. (Organización Mundial de la Salud, 2014)

² Cardiopatía Isquémica: Consiste en la obstrucción o el estrechamiento de una o varias arterias coronarias producido por el depósito de materia en las paredes vasculares. (Onmeda, 2014)

diabetes, hipertensión, algunos tipos de cáncer y enfermedades cardiovasculares.

Los principales motivos que incentivaron a la realización de este proyecto fueron los niveles altos de sedentarismo que sufre el Ecuador, el número de personas fallecidas a causa de enfermedades provocadas por la inactividad y la falta de espacios o lugares donde los habitantes de la ciudad de Manta puedan ejercitarse. Basados en observaciones de otras ciudades del Ecuador y del mundo donde las personas tienen la facilidad de acceder a establecimientos donde puedan realizar actividades físicas de una manera cómoda, agradable, segura y con diversidad de ejercicios, se pudo determinar la necesidad que tiene la ciudad de Manta de contar con un centro de entrenamiento físico completo y multifuncional donde las personas puedan acceder a una variedad de actividades que sean diferentes a las ya ofertadas por las empresas que actualmente se encuentran en ese mercado y a un lugar con una amplia infraestructura que pueda atender a una gran cantidad de personas.

Actualmente la ciudad de Manta exclusivamente en la Parroquia del mismo nombre posee una demanda considerable de personas que desean acudir a un establecimiento donde poder realizar ejercicios físicos, la oferta actual solo atiende a una mínima parte de esas personas dejando una demanda insatisfecha alta que no tienen dónde acudir a realizar ejercicios, no existen en la ciudad parques adecuados con máquinas de movimiento o caminaderas por esa razón las personas recurren a utilizar las calles o la playa para realizar esas tareas, pero eso es arriesgarse a que sean víctimas de la delincuencia y es por eso que muchas personas prefieren el no realizar ninguna actividad física lo cual conlleva a elevar el nivel de sedentarismo que aqueja a la ciudad y principalmente al Ecuador que en estos momentos sobrepasa el 80% de inactividad. Por esta razón es que el proyecto está enfocado en ayudar a solucionar en parte esa problemática que existe en la ciudad de Manta y en el país.

Otra razón que motivo a la implementación de este proyecto es la falta de lugares para que el sexo femenino se ejercite, son muchos los parques en la ciudad que solo cuentan con espacios direccionados a las personas que desean practicar deportes como el fútbol o el basket que normalmente no son practicados por ellas, en otros casos solo son espacios para la recreación y diversión de los niños. Los gimnasios que actualmente funcionan en Manta también se han enfocado a satisfacer las necesidades del sexo masculino son pocos los que ofrecen rutinas o clases para el sexo femenino, es por este motivo que el nuevo centro de entrenamiento ofrecerá actividades para los dos géneros y de esta forma atraer esas clientas que se encuentran desatendidas.

Hoy en día la ciudad se encuentra en una etapa de crecimiento económico y empresarial, cada vez son más los proyectos inmobiliarios, comerciales o industriales que se levantan en Manta, la ciudad se encuentra en un proceso de cambio político y re generacional. La implementación de un centro de entrenamiento multifuncional a gran escala como los que existen en ciudades como Guayaquil y Quito principalmente para hacer referencia a nuestro país y a establecimientos fitness de Estados Unidos y Europa los cuales fueron los artífices del cambio radical del concepto tradicional de lo que era antes un gimnasio, también formara parte de ese crecimiento a la cual se está encaminando esa ciudad.

Son muchos los beneficios que poseen las personas que llevan una vida activa físicamente, cada vez existen más individuos que se encuentran comprometidos a realizar ejercicios, es por eso que con este proyecto se ayudara a que esas personas tengan un sitio donde acudir a ejercitarse y ya no tengan que quedarse en casa sin hacer nada por falta de un lugar donde practicarlo y de esta manera tratar de a poco ir ayudando al País con la reducción del sedentarismo que aqueja a nuestros ciudadanos y los a los del mundo entero.

ANTECEDENTES

En América Latina específicamente en los años '90 la industria de los gimnasios era poco conocida, pero con el tiempo el mercado fitness comenzó a desarrollarse, hoy en día es un sector que se encuentra en crecimiento.

Según el informe para América Latina de IHRSA (International Health Racquet & Association Sportsclub) por sus siglas en inglés: Alcance y Envergadura de los Mercados Clave de Gimnasios, el primero de este tipo y que fue elaborado en conjunto con Mercado Fitness y Fitness Brasil, reveló que la industria fitness en el año 2011 facturó 5.600 millones de dólares en los más de 46.000 gimnasios existentes en los 15 mercados que fueron analizados en el estudio, Ecuador en el año 2011 facturó 64 millones de dólares.

La industria del fitness a nivel mundial para el año 2013 creció en un 15%, este auge se debió a la solvencia de las economías de los países de América Latina y a que las personas actualmente sienten la necesidad de sentirse más activas y porque ha aumentado la percepción de consumo de la actividad física.

El índice de asistencia a gimnasios en el Ecuador para el año 2012 fue de 1.5%, en ese año se encontraban en funcionamiento 857 gimnasios en todo el país, actualmente esa cifra ha aumentado.

El sector empresarial dedicado al mercado del ejercicio físico se encuentra en aumento, cada vez son más los ecuatorianos que buscan verse y sentirse bien ya no solo van a los gimnasios por aumentar musculatura o lograr el cuerpo perfecto sino que también lo hacen por recreación y diversión, por esta razón existe un auge de centros fitness en el Ecuador.

Hace unos 12 años las personas que acudían a los gimnasios eran deportistas o personas amantes del físico culturismo, hoy en día y desde hace unos 5 años atrás ha cambiado radicalmente. En el Ecuador

actualmente la práctica de la actividad física es vista como una industria que comienza a tomar fuerza, así lo reconoció Nicolás Romero gerente del Centro de Convenciones Simón Bolívar de Guayaquil donde se realizó la Expofitness y Deportes 2012.

En el año 2000 en la ciudad de Guayaquil solo existían 30 gimnasios ahora son más de 300 en los cuales el número de clientes fue aumentando de 100 a 1.800 por mes en algunos locales, por esta razón la inversión en establecimientos para la práctica de ejercicios físicos se lo considera como un negocio rentable.

Debido al aumento de las personas preocupadas por su aspecto físico y salud han ocasionado que la demanda de empresas dedicadas a ofrecer servicios deportivos se hayan elevado. Actualmente invertir en un gimnasio es una de las opciones más beneficiosas y con más expectativas de crecimiento a futuro.

En España hay más de 2.800.000 millones de personas que acuden a establecimientos fitness, dicho número ha incrementado desde que la práctica física pasó de ser un ejercicio físico a ser un estilo de vida de las personas relacionado con la salud y la belleza. Abrir un gimnasio en esta época es atractivo ya que las personas cada vez son más receptivas, ven con mayor agrado a este mercado, la gente ahora piensa más en cuidarse que antes.

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Muchas ciudades a nivel nacional e internacional cuentan con lugares donde las personas puedan practicar alguna actividad física, lamentablemente la ciudad de Manta no cuenta con los suficientes lugares que le brinden al ciudadano las facilidades, la diversidad de servicios, maquinarias y la comodidad para poder ejercitarse.

La ciudad de Manta cuenta con un total de 226.477 habitantes según lo indica el Instituto Nacional de Estadísticas y Censo (INEC) en su último censo de población y vivienda realizado en el 2010, la ciudad carece de centros de entrenamiento que les ofrezcan variedad de disciplinas físicas y ya no solo los servicios tradicionales, diferentes tipos de máquinas que le permitan trabajar de una forma focalizada las distintas partes del cuerpo, además de una correcta asesoría y monitoreo en su entrenamiento y cuidado nutricional, también de un espacio físico amplio en donde puedan realizar las diferentes actividades físicas cómodamente.

Actualmente las mayores causas de decesos se deben a enfermedades crónicas no transmisibles³, que son causadas porque las personas poseen malos hábitos alimenticios y por la falta de actividad física de esta nueva sociedad según lo indica La Organización Mundial de la Salud (OMS) detalla que la obesidad⁴ es la causante de 36 millones de muertes anualmente en el mundo y en lo que corresponde a América la cifra es de más de 4'500.000, actualmente el mayor problema en tema de salud en el mundo se debe a la obesidad.

³ Enfermedades crónicas no transmisibles: Son enfermedades de larga duración cuya evolución es generalmente lenta. (Ministerio de la Salud Presidencia de la Nación, 2009)

⁴ Obesidad: Se entiende por obesidad a la acumulación exagerada de grasa en el cuerpo. El índice de masa corporal mide el sobrepeso la cual se la obtiene dividiendo el peso de una persona por la estatura (OMS, Obesidad, 2014)

En el Ecuador estas estadísticas no se alejan de la realidad, según los resultados de la Encuesta Nacional de Salud y Nutrición (Ensanut 2011 – 2013) en el país existen 5'558.185 esto quiere decir el 38% de los ecuatorianos de entre 19 y 59 años sufren de sobrepeso u obesidad. La falta de actividad física en el país también presenta datos alarmantes, según la misma Ensanut en su encuesta Nacional de Salud y Nutrición 2011-2013, señala que más de un tercio (34%) de los adolescentes son inactivos, y el 31,1% es irregularmente activo; en otras palabras solo 3 de cada 10 jóvenes realizan alguna actividad física o deporte. Estos resultados varían con respecto a los adultos de hasta 60 años. Un 46,2% de féminas tiene mediana o alta actividad versus el 64,9% del género masculino.

Para mitigar este problema de la sociedad es necesario tener la infraestructura adecuada para realizar las diferentes actividades físicas que se puedan realizar dentro de un centro de entrenamiento físico, en Manta los gimnasios que existen actualmente son pocos y a su vez tienen maquinarias obsoletas, estos lugares solo cuentan con lo básico para prestar el servicio, es decir, entrenamiento de fisicoculturismo mediante pesas, dejando de lado otras disciplinas y nuevas tendencias en cuanto al cuidado físico como son los ejercicios funcionales.

Estos servicios están mayoritariamente demandados por el segmento masculino que son los usuarios que con más frecuencia visitan estos negocios en Manta. El sector femenino está poco explotado en la ciudad, esto debido a que no cuentan con disciplinas físicas como el anteriormente mencionado ejercicios funcionales donde se trabaja con el peso del cuerpo mas no con pesas, este tipo de ejercicios son los que más se ajustan a los requerimientos del sexo femenino, haciéndolas desistir de realizar actividad física dentro de estos gimnasios de la ciudad de Manta.

Esto hace necesaria la creación de un centro de entrenamiento físico en Manta que ofrezca variedad de disciplinas físicas, trato personalizado en cada uno de sus clientes y que esté enfocado a todos los géneros tanto

masculino como femenino, de este modo se fomentaría a más personas a la práctica de actividades físicas que contribuirán a tener un mejor estilo de vida brindando las garantías necesarias para lograr sus objetivos propuestos y también de alguna forma colaborar con la reducción del sedentarismo en el país.

JUSTIFICACION

La presente investigación se realizara con la principal finalidad de satisfacer las necesidades que tienen los clientes de asistir a un centro de entrenamiento físico.

En base a una investigación de campo se ha detectado que en la ciudad de Manta no existen centros de entrenamiento físico donde se puedan practicar varios tipos de disciplinas dentro de un mismo espacio y que brinde la seguridad necesaria a las personas que acuden a esta para el desarrollo de sus actividades físicas.

Creemos necesario implementar este tipo de lugar en la ciudad de Manta ya que contribuirá con una mejora en la salud de los ciudadanos y en la reducción en parte del sedentarismo que afecta a la ciudad y al Ecuador en general. Los establecimientos que actualmente ofrecen este tipo de servicio en la ciudad de Manta poseen áreas muy básicas en las cuales solo se pueden practicar muy pocas especialidades, normalmente las más conocidas por las personas tales como: aeróbicos⁵, bailoterapia⁶ y máquinas de pesas.

⁵ Aeróbicos: Es una actividad física que a través de rutinas de baile la persona que lo practica pierde calorías. (ABC Salud, 2007)

⁶ Bailoterapia: Es una actividad física que combina la autodisciplina de los aeróbicos con baile y música de moda ya sean géneros como el reggaetón, electrónica, salsa o merengue. (EcuRed, 2014)

También se pudo observar que la ciudad no cuenta con áreas verdes que posean el acondicionamiento idóneo para que las personas puedan realizar ejercicios, la mayoría de parques en Manta cuentan con áreas pasivas dirigidas para los niños, solo tienen juegos infantiles y carecen de parques activos con camineras o máquinas para ejercitarse como si se pueden encontrar en la ciudad de Guayaquil en varios sectores de la ciudad. Las personas optan por salir a la playa o las calles a caminar y a trotar, lo cual conlleva a correr un tipo de riesgo puesto que pueden ser víctimas de la delincuencia y otros accidentes.

La falta de centros de entrenamiento físico y de áreas verdes donde las personas puedan realizar ejercicios aumenta el sedentarismo en la ciudad, El cantón Manta posee 50 parques los cuales están dirigidos a la recreación infantil, existen 17 complejos deportivos que en su gran mayoría solo sirven para el uso de deportes como el fútbol, el cual es practicado en gran parte por el sexo masculino, reduciendo la posibilidad para que las féminas puedan realizar algún tipo de trabajo físico.

Según un estudio de la Organización de las Naciones Unidas en su informe El Estado de la Alimentación y la Agricultura publicado en el diario El Comercio en su artículo Los malos hábitos inflan la obesidad, 2013 indica que en el Ecuador el 22% de la población sufre de obesidad y sobrepeso.

Según diario La Hora en su artículo Cifras sobre Obesidad en el Ecuador, 2011 indica que el 59% lo padecen las personas que se encuentran en la edad adulta, siendo más proclives el personal del sexo femenino con un 40.6% de sobrepeso y 14.6% de obesidad de sufrir esta enfermedad. Basados en estos datos estadísticos, la puesta en marcha de este proyecto le brindaría también al género femenino una posibilidad para que puedan realizar ejercicios.

Tabla 1 Distribución de la población por sexo

DISTRIBUCION DE LA POBLACION POR SEXO (CENSO 2010)			
CIUDAD	POBLACION	HOMBRES	MUJERES
Manta	226.477	111.403	115.074

Fuente: www.inec.gob.ec Elaborado por: Autores del proyecto

Lo que se busca solucionar con el proyecto es el problema de falta de espacios de actividad física en la ciudad de Manta, satisfacer una demanda insatisfecha, mejorar la salud de sus habitantes, que cuenten con un lugar el cual cumpla con todas sus expectativas y donde puedan ejercitarse diariamente de una forma cómoda, agradable, segura, ofreciéndoles equipamiento de alta tecnología y que al mismo tiempo puedan elegir entre una gran variedad de disciplinas y ya no solo entre las más conocidas.

La práctica de la actividad física no solo ayuda a mejorar nuestra imagen personal y a prevenir enfermedades sino que también de una forma directa colaborara con el Gobierno en la disminución en el gasto de salud del Presupuesto General del Estado que según una publicación del diario El Telégrafo en su artículo Asamblea aprobó pro forma del presupuesto, 2013 indico que para este año 2014 se ha destinado 495,91 millones de dólares para el gasto de salud.

También se pretende colaborar con la disminución del sedentarismo que afecta al 80% de los ciudadanos de nuestro país según datos publicados en el diario Andes en su artículo Programa Ejercítate Ecuador reduce el sedentarismo en 250.000 ecuatorianos, 2013. Por tal motivo se realizara un estudio metodológico que nos permita obtener las herramientas necesarias para poder lograr la viabilidad del proyecto.

PLANTEAMIENTO Y DELIMITACION DEL TEMA

Una vez realizada la justificación del proyecto donde exponemos las razones del por y para que realizamos la presente investigación, continuamos con la delimitación del tema, en el cual se han identificado dos variables:

- **Establecer los límites espaciales (es el área geográfica donde se realizara la investigación).**

Ecuador, Provincia de Manabí, Cantón Manta.

- **Establecer Limitaciones de recursos.**

La limitante será de tipo económica, todo dependerá de los recursos que posean los autores de este proyecto.

En la actualidad la ciudad de Manta no cuenta con un centro de entrenamiento físico completo, lo que se puede encontrar en esta ciudad son pequeños gimnasios los cuales no cuentan con las suficientes maquinarias o elementos que sirvan para realizar este tipo de actividades las cuales son requeridas por sus pobladores.

Se pretende brindar condiciones óptimas dentro del centro de entrenamiento físico por lo que se requerirá la adquisición de maquinarias de primera las cuales serán electrónicas, nuevas y de gran resistencia, con el propósito de atraer a los futuros clientes. Este equipamiento se lo adquirirá mediante un proveedor especializado en estos tipos de negocios fitness.

La implementación del proyecto de tesis lo que busca es atender a la ciudad de Manta ya que este sector hasta el momento se encuentra desatendido, nadie se ha preocupado por implementar un centro de entrenamiento físico el cual sea digno de asistir mínimo 3 veces a la semana.

Se atenderá a un nicho de mercado de un nivel socioeconómico medio - medio alto. El objetivo del proyecto es poder demostrar que hay un mercado no explotado, además se podrá conocer las preferencias y el valor

económico que estarían dispuesto a pagar los clientes por este nuevo servicio.

CONTEXTUALIZACION DEL TEMA

La ciudad de Manta posee alrededor de 226.477 habitantes de los cuales 221.122 habitan en las 5 parroquias Urbanas: San Mateo, Manta, Tarqui, Los Esteros, Eloy Alfaro y 5.355 corresponden a las 2 parroquias rurales de San Lorenzo y Santa Marianita según lo indica el Instituto Nacional de Estadísticas y Censo (INEC) en su último censo de población y vivienda realizado, 2010.

El centro de entrenamiento físico contara con personal altamente calificado para que los usuarios puedan realizar cada una de las actividades bajo la supervisión de un profesional. Los instructores o entrenadores deberán ser profesionales en Cultura física y que posean certificados como profesores calificados en el área donde se van a desempeñar, estos instructores se encargaran de ofrecerle al cliente rutinas de ejercicios las cuales serán personalizadas para controlar que estas sean realizadas de manera correcta y de esta forma evitar lesiones.

Cada vez son más las personas que se dedican a realizar diversas actividades físicas en un gimnasio como una afición entre sus tiempos libres. La población se ha percatado que la calidad de los gimnasios para realizar actividades físicas no cuentan con las infraestructuras ni las maquinarias adecuadas para su uso puesto que estos locales no cuentan con un espacio físico idóneo para la realización de este tipo de ejercicios, la mayoría de gimnasios en la ciudad de Manta se desenvuelven dentro de áreas muy reducidas en algunos casos funcionan en casas acondicionadas para esta actividad, a su vez tampoco poseen equipamiento electrónicos, la mayoría suelen ser obsoletos y aparte de eso no cuentan ni con una variedad ni con

la cantidad de maquinaria necesaria, por esa razón es que se busca implementar un centro de entrenamiento físico.

Es importante conocer que debemos realizar mínimo 3 veces por semana alguna actividad física la cual deberá ser acompañada de una alimentación saludable. Esta comprenderá de proteínas, cereales, carbohidratos, verduras y frutas pero en cantidades adecuadas según cada persona y el tipo de entrenamiento que realice y también se debe realizar una hidratación adecuada (se debe beber agua antes, durante y después de realizar ejercicios, el cuerpo necesita al menos 3 litros de agua al día, un litro y medio en bebidas y la otra mitad por medio de los alimentos) para de esta manera prevenir enfermedades. Todo este control alimenticio y de peso de nuestros usuarios será llevado a cabo y controlado mediante el departamento médico y así de esta forma poder ofrecerles un mejor servicio a nuestros clientes.

La visión que tenemos como empresa es cumplir con todas y cada una de nuestras expectativas para sobresalir ante nuestros competidores. El mercado al cual va a estar direccionado nuestra investigación de mercado está entre una población de 15 a 54 años de edad, ya que entre este rango son lo que asisten regularmente a realizar actividades físicas. A nuestros usuarios se les realizaran pruebas médicas dentro de nuestro departamento medico dirigido por un especialista en el tema que en este caso será una nutricionista que evaluara a los clientes previo al ingreso y durante su permanencia en el centro de entrenamiento.

Puesto que el Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del Cantón Manta no posee un registro de establecimientos que brinden servicios parecidos al de nuestro proyecto y ya que en la ciudad de Manta existe un número reducido de Centros de Entrenamiento Físico se decidió por parte de los realizadores de esta investigación realizar una visita física a cada una de las instalaciones que se encuentran en funcionamiento en la ciudad. Alrededor de 10 gimnasios son los que se hallan en plena actividad

actualmente que son los más reconocidos por los habitantes, se pudo analizar que en esta ciudad no existen centros de entrenamiento físico multifuncionales, donde se pueda elegir distintas actividades dentro de un abanico de posibilidades. Por lo tanto seríamos pioneros en este tipo de negocios.

El Gobierno Nacional de la República del Ecuador a través del Ministerio de Deportes busca disminuir el nivel de sedentarismo en los ecuatorianos por lo que desde hace 2 años se viene implementando el programa 'Ecuador Ejercítate' en todas las provincias de nuestro país el cual ha tenido una gran acogida por las personas. Según El Ministerio de Deportes en el caso de Manabí, el Gobierno para el año 2013 invirtió 585.135 mil dólares en los 25 puntos de encuentro para este programa dentro de los 22 cantones de esta provincia en los cuales profesionales de la Cultura Física imparten clases de aeróbicos y bailoterapia, específicamente en la ciudad de manta existen 4 puntos de concentración que son: La playa de Tarqui, el Barrio Santa Mónica, la Parroquia San Mateo y el Barrio 15 de Septiembre. (Deporte, 2013)

OBJETIVOS

Objetivo General

Estudiar la factibilidad para implementar un Centro de Entrenamiento Físico en la ciudad de Manta provincia de Manabí.

Objetivos Específicos

- Marco contextual del proyecto.
- Realizar estudio de mercado.
- Elaborar un estudio técnico del proyecto.
- Elaborar un estudio técnico financiero del proyecto.

HIPÓTESIS

Si se apertura un centro de entrenamiento físico en la ciudad de Manta, completo, con infraestructura amplia, con variedad de servicios y diseño moderno, se supondrá que un mayor número de habitantes se motiven a realizar actividades físicas en esta ciudad y motivara también a personas de sectores cercanos a que asistan.

Para la elaboración de la hipótesis del actual proyecto se la formulo de manera tal que su enunciado pueda ser sometidos a prueba y además fue planteada en la forma más sencilla posible, tanto en términos de implicaciones teóricas como en referencia al número de variables que incluyen evitando el empleo de términos adjetivos y juicios de valor que induzcan a expresiones subjetivas.

Variables dependientes

- Aumento de motivación en la población de Manta en realizar actividades físicas

Variables Independientes

- La ubicación del centro de entrenamiento influyen la decisión de los consumidores al momento de acudir a los negocios que brindan éste servicio.
- Una correcta asesoría especializada para lograr los objetivos que el cliente se ha planteado fomenta el interés por asistir a estos lugares.
- La variedad y la disponibilidad de todas las maquinarias para hacer ejercicios fomenta que el cliente se encuentre predispuesto a visitar el negocio.
- Las nuevas tendencias especialmente en los jóvenes, hacen que se preocupen por cuidar su salud y apariencia física.

- Disminuir el riesgo de padecer enfermedades directamente relacionadas con la obesidad aumenta el interés en acudir a sitios especializados para cuidar la salud física.

METODOLOGIA

El método que se va a utilizar en el proyecto será una investigación descriptiva, puesto que se recurrirá a la utilización de fuentes primarias para la obtención de la información necesaria para la puesta en marcha de este proyecto.

Según Gabriel Baca Urbina en su libro Evaluación de Proyectos, 2010 explica que las fuentes primarias son informaciones que se las obtienen del usuario o el consumidor del producto o servicio.

La técnica que se va a poner en práctica para la recopilación de los datos será por medio de encuestas, se va a elaborar una serie de preguntas las cuales van a permitir conocer el poder adquisitivo de los clientes, la demanda, el número de establecimientos similares al nuestro que funcionan dentro del mercado donde el proyecto se va a instalar, el perfil de los potenciales consumidores de nuestro servicio, como también el tamaño del mercado meta.

Luego de obtener la información de la encuestas se va a proceder a realizar un análisis cuantitativo de los datos, se utilizaran herramientas como gráficos para facilitar la interpretación de los resultados el cual al final permitirán sacar conclusiones y tomar decisiones.

Otra técnica que se va a poner en práctica son las entrevistas a expertos que en estos casos serán los propietarios de dueños de gimnasios en la ciudad de Guayaquil, como por ejemplo del Gold's Gym ubicado en la Av. Francisco de Orellana en el edificio World Trade Center planta baja y el

Taurus Gym ubicado en la ciudadela Comegua manzana B solar 13 frente al Monumento del Cenepa como también de la ciudad de Manta.

CAPITULO I

MARCO CONTEXTUAL

1.1 MARCO TEORICO

1.1.1 La Actividad Física

La práctica de la actividad física no implica que las personas deban pasar o gastar muchas horas al día realizando ejercicios, sino que efectúen rutinas permanentes. El tiempo idóneo que se debe utilizar para esta práctica física es de un mínimo de 30 minutos diarios y un máximo de dos horas diarias al menos tres veces por semana en las cuales se debe hacer un trabajo moderado y no exagerado, combinando trabajos aeróbicos y de fortalecimiento muscular y una rutina de 10 minutos de estiramiento al iniciar como al finalizar. La intensidad debe de ser la adecuada para cada persona para evitar lesiones.

1.1.2 Beneficios de la actividad física

Según información de Saludalia en su artículo Beneficios de la actividad física expresa lo siguiente:

Lista de beneficios que poseen las personas que llevan una vida físicamente activa.

- Disminuye el riesgo de enfermedades cardíacas (tiene que ver únicamente con enfermedades del corazón y de los vasos sanguíneos del mismo órgano) por ejemplo: cardiopatía

isquémica y previene o ayuda a controlar enfermedades como la diabetes, hipertensión⁷ arterial, obesidad, pulmonares, osteoporosis y cardiovasculares (enfermedades del corazón y del sistema de vasos sanguíneos de todo el organismo como del cerebro, pulmones y las piernas), etc.

- Retrasa o previene la hipertensión arterial y también disminuye la tensión arterial en personas hipertensas.
- Mejora el perfil de los lípidos⁸ en la sangre que ayudan a medir el colesterol⁹ total en el cuerpo (reduce los triglicéridos¹⁰ que son grasas neutras alimentarias y aumenta el colesterol HDL que son lipoproteínas de alta densidad que remueven el exceso de colesterol de las células del cuerpo y a este se lo denomina como colesterol “bueno”).
- Ayuda a mejorar la regulación de la glucemia¹¹ y también disminuye el riesgo de padecer diabetes no insulín dependiente.
- Ayuda a mejorar la digestión.

⁷ Hipertensión arterial: Es un término que se sirve para explicar la elevación de la presión arterial. (MedlinePlus, 2014)

⁸ Lípidos: Son un grupo de moléculas orgánicas que están compuestas de fósforo, hidrógeno, oxígeno, carbono, nitrógeno y azufre, que son insolubles al agua pero solubles en sustancias como bencina, benceno o alcohol. (INNATIA, 2011)

⁹ Colesterol: Es un lípido que se ubica en los tejidos corporales y en la sangre. Se lo puede encontrar en la médula espinal, cerebro, páncreas e hígado, sirve para formar la membrana plasmática que es aquella que regula el ingreso o la salida de elementos que penetran la célula. En grandes concentraciones es perjudicial para la salud. (Wikipedia, 2014)

¹⁰ Triglicéridos: Son grasas o lípidos que son transportados en la sangre, se encuentran presentes en los alimentos o están depositados en las células. Se encuentran en el tejido adiposo y el organismo por medio de ellos almacena energía. (Salud180, 2014)

¹¹ Glucemia: La glucemia se refiere a la concentración de glucosa en la sangre. (PlanetaDiabetes, 2011)

- Disminución del riesgo de contraer ciertos tipos de cáncer, como el de colon y mama.
- Mejora el control del peso y de grasa corporal.
- Ayuda a mejorar la fuerza y la resistencia muscular en las personas, lo cual sirve de gran aporte a nuestra vida cotidiana ya que aumenta nuestra capacidad funcional para poder realizar muchas otras actividades.
- Previene la artrosis¹², puesto que la actividad física moderada ayuda a mantener la estructura y la función de las articulaciones.
- Ayuda a mejorar la calidad del sueño, a conciliarlo y a mejorar nuestra imagen personal como también ayuda a combatir el estrés y a liberarnos de tensiones.
- Aumenta el optimismo, entusiasmo y nos ayuda a combatir males como la depresión y la ansiedad.
- La práctica física desde niños ayuda a combatir enfermedades como obesidad e hipertensión en la edad adulta.
- En adultos mayores ayuda a disminuir el riesgo de caídas y también previene enfermedades asociadas directamente con el envejecimiento natural.
- Ayuda a disminuir la tasa de mortalidad¹³ en adultos jóvenes como también en las personas de edades avanzadas, la actividad física moderada aumenta las expectativas de vida mucho más que las personas que son sedentarias o menos activas.

¹² Artrosis: Es una enfermedad que se caracteriza por el desgaste de las superficies cartilaginosas de una o más articulaciones del organismo. (SusMedicos.com, 2012)

¹³ Tasa de mortalidad: Es una variable que indica el número anual de fallecidos en un periodo de un año por cada mil habitante. (IndexMundi, 2012)

1.1.3 La actividad física en adultos

Según datos de la (OMS) en su artículo Estrategia mundial sobre régimen alimentario, actividad física y salud, 2014 detalla que las personas entre las edades de 18 y 64 años son considerados “adultos”.

Para reducir el riesgo de padecer enfermedades no transmisibles, mejorar la salud ósea, las funciones cardiorrespiratorias y musculares se debe seguir las siguientes recomendaciones:

- Que los adultos realicen como mínimo a la semana unos 150 minutos de actividad física aeróbica-moderada, o a su vez una actividad física aeróbica-rigurosa por unos 75 minutos a la semana.
- Los adultos que se encuentre en ese rango de edad si desean obtener mayores beneficios en su salud deberían optar por aumentar a 300 minutos a la semana la actividad física aeróbica moderada o a 150 minutos la aeróbica intensa. También se podría hacer una combinación de ambas pero que se realice de forma equivalente.
- También se aconseja que los adultos realicen por lo menos 2 o más veces por semana actividades de fortalecimiento muscular. (OMS, Estrategia mundial sobre régimen alimentario, actividad física y salud, 2014)

1.1.4 Beneficios de la actividad física en adultos

Los adultos con mayor actividad física en comparación con los hombres y mujeres menos activos presentan las siguientes evidencias:

- poseen un menor riesgo de fracturas de columna o de cadera.
- Presentan mejorías en sus funciones cardiorrespiratorias y musculares.
- Mantienen con mayor facilidad el peso y poseen una mejor masa y composición corporal.

- La tasa de mortalidad en enfermedades como: hipertensión, diabetes tipo 2, cáncer de colon - mama, depresión, cardiopatía coronaria y accidentes cardiovasculares son mucho menores. (OMS, Estrategia mundial sobre régimen alimentario, actividad física y salud, 2014)

1.1.5 El Sedentarismo

La conducta sedentaria es una actitud propia que es el reflejo de la forma como las personas viven dentro de la sociedad, muchas veces la inactividad física no es el resultado de la forma en que cada uno vive sino que también es el resultado a la falta de instalaciones apropiadas para la práctica de esta actividad o a la falta de áreas verdes, espacios abiertos donde la gente pueda realizar ejercicios, practicar algún deporte o simplemente caminar. En algunas ocasiones el sedentarismo también se da por la falta de conocimientos acerca de los beneficios que conllevan esta práctica, así mismo como la falta de presupuesto para poder llevar a cabo dicha actividad.

Cuando la práctica física a la semana no supera las 2000 calorías se llega a la conclusión de que esa persona sufre de sedentarismo. También se considera que una persona es sedentaria cuando solo realiza alguna actividad física una vez a la semana y no al menos 2 días como se necesita para ejercitar el cuerpo y las funciones de nuestro organismo.

El sedentarismo causa problemas en el organismo, la falta de movilidad de las personas produce enfermedades tales como la diabetes, hipertensión y obesidad según información obtenida del diario PPEL Verdadero en su artículo Ecuador Enfrenta al sedentarismo, 2013.

Se debe tener claro que el movimiento corporal producido por nuestros músculos esqueléticos se lo denomina, actividad física la cual es planificada y repetitiva como se menciona en la página Madrid Salud en el artículo Sedentarismo y Salud, 2013.

Según datos obtenidos del diario PPEL Verdadero en su artículo Ecuador Enfrenta al sedentarismo, 2013 menciona que La Organización Mundial de la Salud en su informe anual de Enfermedades no Transmisibles indica que alrededor de 3.2 millones de muertes al año son atribuidas a la inactividad física a nivel mundial.

1.1.6 Causas de Inactividad Física

Los países desarrollados como en los que se encuentran en vía de desarrollo poseen niveles altos de sedentarismo, más de la mitad de los adultos de estas naciones realizan actividades insuficientes.

La OMS en su informe Estrategia mundial sobre régimen alimentario, actividad física y salud, 2014 menciona las posibles causas de Inactividad.

- Superpoblación.
- Falta de áreas verdes o instalaciones deportivas y de recreación.
- Alto nivel de pobreza.
- Alto nivel de delincuencia.
- Problemas de polución.

1.1.7 Sedentarismo a nivel Mundial

El 60% de la población a nivel mundial sufre de sedentarismo, esta se la atribuye a la falta de actividad física durante el tiempo de ocio. También se puede considerar como un factor influyente el uso excesivo de medios de transportes “pasivos” y la reducción de medios de transportación más activos como por ejemplo: las bicicletas según datos obtenidos de la OMS en su informe Estrategia mundial sobre régimen alimentario, actividad física y salud, 2014.

1.1.8 Sedentarismo en el Ecuador

Estudios realizados por el Ministerio de Salud Pública del Ecuador, 2010 indican que la Provincia de Pichincha es la más sedentaria del país. Mae Moreno, maestra de Nutrición Deportiva de la Universidad San Francisco de Quito dio a conocer que los factores principales que conllevan al sedentarismo son la inseguridad ciudadana y la falta de tiempo.

Según un informe del Ministerio de Salud Pública del Ecuador (MSP) elaborado en el año 2010, entre las 10 causas mortales en nuestro país, se ubicó a la obesidad entre la séptima causa de deceso. En ese año se registraron 32.758 fallecimientos.

Según el reporte del MSP del año 2010, la Provincia con mayor número de decesos por motivos de obesidad fue Pichincha con 9.451 fallecidos, en segundo lugar se ubicó Guayas, con 8.340, tercero Santa Elena con 4.313, en cuarto lugar la provincia de los Ríos con 1.833, quinto lugar Tungurahua con 829, sexto lugar Cotopaxi con 781 y en séptimo lugar Imbabura con 453.

En la Provincia de Manabí no se registraron en ese año casos de Obesidad, pero si se reportaron 17.003 pacientes con diabetes mellitus¹⁴, una enfermedad que se produce debido al sobrepeso y el sedentarismo. La siguiente provincia que padece de esta afección es Los Ríos con 7.171 casos, seguido del Oro con 6.143.

Galápagos es la única provincia que no reporta mayores novedades, solo posee el caso de 40 personas con índices elevados de glucosa. Datos obtenidos del diario PPELVerdadero en su artículo Ecuador Enfrenta al sedentarismo, 2013.

¹⁴ Diabetes Mellitus: Es un desorden metabólico que perjudica a distintos tejidos u órganos del cuerpo, una de sus características es el aumento de los niveles de glucosa en la sangre más conocido como hiperglucemia. Las causas de esta enfermedad se las atribuye al consumo excesivo de alimentos y al sedentarismo el cual conlleva a la persona a sufrir de obesidad y sobrepeso. (Medicina Preventiva Santa Fe, 2013)

1.1.9 Causas de mortalidad en el Ecuador



Gráfico 1 Causas de mortalidad en el Ecuador

Fuente: Ministerio de Salud; El Comercio
(El Comercio, 2013)

1.1.10 Servicios que ofrece un centro de entrenamiento físico

En un principio el concepto de este tipo de negocios era el ofrecer únicamente máquinas para tonificar los músculos, como pesas y mancuernas pero con el trascurso del tiempo esta concepción fue variando y en la actualidad ya no solo se puede realizar ese tipo de ejercicios sino que se fueron introduciendo diferentes disciplinas tales como artes marciales, defensa personal, bailes sincronizados, bicicletas, maquinas cardiovasculares y entrenamientos para aumentar la resistencia.

Al final la práctica de cada una de estas ayudan en la perdida de grasa corporal o de peso.

1.1.11 Beneficios de un centro de entrenamiento físico

El ejercitarse en casa o en espacios abiertos como parques no es malo, pero siempre será mejor realizarlo en un centro especializado puesto que esto traería algunas ventajas tales como:

- Las personas se pueden interrelacionar con otras que compartan sus mismos intereses.
- Se puede encontrar personal calificado que los ayuden con ejercicios acordes a sus necesidades o posibilidades y así poder evitar lesiones graves a futuro.
- Se puede asistir cuando uno lo decida o pueda.
- Es más seguro que estar a la intemperie donde se pueda correr el riesgo de ser víctimas de la delincuencia.
- El asistir a un centro de entrenamiento físico te libera del estrés, cansancio o depresión.

1.1.12 Beneficios de ciertos ejercicios que se practican en un centro de entrenamiento físico

1.1.12.1 Entrenamiento Funcional

La Revista MiGimnasio.com en su artículo Beneficios del Entrenamiento Funcional de la edición del 10 de mayo del año 2013, señala que este tipo de entrenamiento fue implementado o desarrollado en los Estados Unidos el cual tiene como objetivo el buscar el equilibrio estructural y mejorar el rendimiento de la persona que lo practica.

El libro de “los músculos: Anatomía. Exploración y Función” de los autores Valerius y Klaus Peter, 2010 señalan que los músculos del cuerpo humano funcionan como una unidad se mueven gracias al sistema nervioso central que se activan en secuencias específicas al momento de realizar algún desplazamiento que la persona desee. Pero cuando se trata de actividades motivadas por un entrenamiento funcional, este permite que el cuerpo realice movimientos más completos, es decir que hace funcionar a todos los músculos del organismo en situaciones como al ponerse en cunclillas, lanzar, arrojar o empujar un objeto.



Grafico 2 Entrenamiento Funcional
Fuente: (Revista MiGimnasio.com, 2013)

El entrenamiento funcional lo que hace es ejercitar todos los músculos en conjunto y no de una manera separada como se hace por ejemplo en entrenamientos de musculación en el cual el objetivo es el trabajar un musculo determinado por sesión. Los profesionales de este entrenamiento por muchos años fueron mejorando las técnicas al incluir dentro de sus rutinas instrumentos como balones medicinales y mancuernas con pesos determinados, cintas elásticas, etc. Cabe recalcar que estos ejercicios se los puede realizar con o sin carga de por medio.

Los beneficios del entrenamiento funcional son los siguientes:

- Ayuda a mejorar la postura de las personas.
- Tonifica el cuerpo.
- Permite que las articulaciones del cuerpo sean más estables.
- Mejora la resistencia muscular.
- Aumento de la velocidad de la persona.
- Permite mantener una presión arterial correcta.
- Produce una mejor eficiencia en los movimientos corporales.
- Permite lograr una mejor flexibilidad y concentración mental en las personas.

Un estudio realizado por la Revista Motricidade de la Fundacion Tecnica y Cientifica de Deportes de Portugal publicado en el año 2012, demostró que

el entrenamiento funcional que se realiza con cargas esto quiere decir algún tipo de peso adicional al del cuerpo logro que un grupo de féminas reduzcan un porcentaje significativo de grasa corporal en tres meses de realizar este tipo de entrenamientos.

La “Revista MiGimnasio.com señala que el entrenamiento funcional es una práctica algo compleja, por lo que sugieren que sea practicado por personas que realizan regularmente ejercicios físicos. (MiGimnasio.com, 2013)

1.1.12.2 Entrenamiento de fuerza

La Revista MiGimnasio.com en su artículo Beneficios del Entrenamiento de fuerza en la edición del 3 de mayo del año 2013, menciona que debido a que las personas piensan que una buena apariencia física esto quiere decir mantenerse en forma y no con un sobrepeso es un sinónimo de estatus social en la cual si la posees tienes una ventaja sobre aquellas personas que han hecho del sedentarismo su estilo de vida.

Por esa razón en estos tiempos es tan normal encontrar muchas personas en gimnasios buscando obtener el cuerpo y la apariencia perfecta olvidando que lo más importante al realizar alguna actividad física es la de mantener una buena salud, por lo tanto las personas deben entender que muchas veces lo que creemos que es lo mejor para la estética no siempre termina resultando lo más beneficioso para la salud, lo que si deben entender es que todo aquello que hagamos para mantenernos saludables al final terminara siendo muy beneficioso para nuestra apariencia física y lograr una buena calidad de vida.

El profesor Rodrigo Silva en un artículo de una revista argentina especializada en salud advierte que “El entrenamiento de fuerza, con pesas, trae muchos beneficios a nuestra salud que muchas veces dejamos pasar desapercibidos. El entrenamiento de fuerza y ejercicios en general influye no

solamente en nuestra salud biológica, sino también en el factor psicológico”.
(Revista MiGimnasio.com, 2013)

1.1.12.3 Beneficios del entrenamiento de fuerza con pesas para la salud

- Victoria Rinavera menciona que los entrenamientos de fuerza estimulan la coordinación neuromuscular, esto quiere decir que es la capacidad de sincronización que poseen los músculos del cuerpo cuando se realiza algún movimiento. (Rinavera, 2012)
- Permite mejorar el sistema óseo articular.
- Ayuda a que los esfuerzos de gran intensidad sean de mayor duración.
- Estimula y aumenta la fuerza y la potencia.
- Debido al aumento de masa muscular causado por estos entrenamientos de fuerza se logra que los ligamentos y los tendones del cuerpo se vuelvan más resistentes reduciendo así la posibilidad de lesiones a futuro.
- Reduce el tejido adiposo en el cuerpo ya que este entrenamiento aumenta la pérdida de calorías.
- Las personas que practican entrenamientos de fuerza reducen su presión arterial.
- Reduce el nivel de colesterol malo y triglicéridos.
- El entrenamiento de fuerza previene enfermedades tales como la obesidad, hipertensión arterial, diabetes y osteoporosis.
- Disminuye los dolores musculares producidos por el fortalecimiento de los mismos al realizar entrenamientos de fuerza.
- Aumenta la autoestima de las personas debido a la mejora de su apariencia física.
- Mejora el estado de humor de las personas. (Revista MiGimnasio.com, 2013)

1.1.12.4 Trabajos aeróbicos y de musculación como métodos para bajar de peso

La Revista MiGimnasio.com en su artículo Musculación Vs. Ejercicios aeróbicos para la pérdida de peso publicado en abril del año 2013, señala que normalmente las personas que desean bajar de peso piensan que los ejercicios más idóneos para lograr ese objetivo es la práctica de entrenamientos aeróbicos pero estudios de esta Revista Fitness demostraron que los ejercicios de fuerza también pueden lograr ese objetivo de reducción de peso en las personas.

Para entender un poco esto debemos definir que es perder peso y para esto la Revista MiGimnasio.com menciona que es aquella reducción de calorías en el cuerpo humano la cual se produce cuando se gastan más calorías de las que se ingieren día a día.

Un estudio del “American College of Sport and Medicine” demostró que la práctica de ejercicios aeróbicos produce una reducción calórica entre 1.000 y 2.000 calorías a la semana como promedio. Por tal razón si las personas lo que buscan es perder peso entonces se deberían inclinar por entrenamientos físicos aeróbicos más que de musculación y ejercicios con pesas ya que estos durante su práctica solo permiten conseguir un nivel de reducción mínima de calorías.



Grafico 3 Trabajos aeróbicos y de musculación como método para bajar de peso

Fuente: Revista (MiGimnasio.com, 2013)

Pero el estudio del “American College of Sport and Medicine” revelo también que la poca reducción calórica de la personas que practican ejercicios de musculación y con pesas se da siempre y cuando solo se dediquen a realizar entrenamientos localizados para aumentar masa muscular, la cual se basa en rutinas muy intensas de entrenamientos y una gran cantidad de ejercicios con pesas, puesto que dentro de esta práctica también existe un entrenamiento llamado “Circuito” que aplican muchos negocios relacionados con el tema fitness el cual si produce un alto gasto calórico en las personas que lo practican por ende tienden a perder peso.

El entrenamiento de circuito será definido a continuación:

Según Efwín - Departamento de Educación Física en su artículo Entrenamiento en Circuito, 2012 lo define como un sistema en el cual se realizan diferentes tipos de ejercicios los cuales son organizados mediante estaciones de trabajo que se ubican en el gimnasio de manera circular.



Grafico 4 Entrenamiento de circuito

Fuente: Efwín – Departamento de Educación Física “Entrenamiento de circuito”
(Efwín, 2012)

Estos ejercicios sirven para perfeccionar cualidades tales como la flexibilidad, fuerza, velocidad y la resistencia. Este tipo de entrenamiento está conformado de unos 6 a 12 ejercicios en el cual cada uno corresponde una estación específica de trabajo y tiene una misión determinada por ejemplo: algunas estaciones están destinadas a entrenar los músculos de

los hombros y de los brazos, otras a trabajar el abdomen, las piernas, la espalda, cintura etc. Solo si se cumple una estación se permite continuar con la siguiente.

Efwin - Departamento de Educación Física en su artículo Entrenamiento en Circuito menciona también que este concepto de entrenamiento es de origen Ingles el cual nació en los años 50 pero que los alemanes M.Scholich y Ulrich Jonath fueron los que al final lo sistematizaron y le dieron la estructura que actualmente se maneja en los diferentes sitios donde se practica el fitness. (Efwin, 2012)

1.1.13 La importancia de la arquitectura en el negocio de los centros de entrenamiento físico

1.1.13.1 Como una aliada en las ventas

La arquitecta brasileña Patricia Totaro especialista en desarrollo y construcción de gimnasios en su artículo publicado en la revista “Mercado Fitness” del año 2011, menciona que los gimnasios de ahora ya no solo se los debe ver como un área para realizar ejercicios físicos solamente, sino que hay que visualizarlos como centros de diversión y de placer si lo que queremos es captar más clientes y menciona que para lograr esto no se necesita de invertir mucho dinero sino de creatividad.

Los servicios y el equipamiento que contenga el centro de entrenamiento físico no es lo que al final atraerá a los clientes, sino que será su arquitectura o diseño, el impacto visual que tenga el cliente desde la entrada al gimnasio será nuestra mejor carta de presentación, debe ser algo que motive al cliente a interesarse en averiguar sobre el centro de entrenamiento por esa razón la arquitecta brasileña Patricia Totaro recomienda que estos negocios posean una fachada al ingreso muy atractiva aparte de los diseños y los detalles de cada zona del lugar siendo las más importantes y donde se debe poner más

atención son en las zonas de diversión y las zonas donde los usuarios puedan hacer vida social con otros miembros del centro de entrenamiento.

Platón en su teoría de “Los dos hemisferios” señalaba que el cerebro está dividido en dos partes, el lado izquierdo donde se ubicaba todo lo que tenía que ver con la razón y el lado derecho del cerebro donde estaban las emociones, esta teoría aplicada a los negocios nos ayuda a entender muchas veces el comportamiento de los clientes como lo expresa la arquitecta brasileña Patricia Totaro donde recalca que si las personas usaran la razón al momento de tomar decisiones o elegir algo que ayude a mejorar su salud, elegirían sin pensarlo a los gimnasios pero como las personas utilizan más la zona derecha del cerebro donde se ubican las emociones es por eso que aconseja a los propietarios de estos negocios enamorarlos con el diseño y la arquitectura, que sea esa la herramienta a utilizar para captar a más clientes que deseen invertir su tiempo dentro de un centro de entrenamiento físico.

Lo importante siempre será analizar los lugares donde las personas normalmente acuden a divertirse o a invertir su tiempo libre para poder tener una idea de que es lo que las personas buscan en un lugar a la hora de relajarse y pasarla bien, este análisis ayudara a reconocer que es lo que necesita tener el negocio para cautivar e incentivar a los clientes a inscribirse en el centro de entrenamiento, lo importante siempre será ofrecer ese clima agradable que las personas buscan en otros lugares para poder cautivarlos.

La clave de este tipo de negocios esta en convertirlos en una zona donde las personas se sientan cómodas y donde encuentren un espacio en el cual pueden escapar de la rutina del trabajo o del hogar, donde también puedan sociabilizar con otros miembros y hacer nuevas amistades al mismo tiempo que realizan sus ejercicios físicos. En estos tiempos donde la economía es un factor preponderante en las personas, muchos piensan demasiado al momento de elegir donde gastar su dinero por esa razón siempre será aconsejable entregarle un extra siempre al consumidor y ese en este caso

será el de la “diversión”, hacerle ver que no solo es el típico lugar donde solo se va hacer ejercicios sino también venderle la idea que es un lugar donde se puede relajar y vivir momentos amenos.



Grafico 5 La arquitectura como aliada de las ventas

Fuente: Revista “Mercado Fitness” edición Nro. 45 del año 2011
(Totaro, La arquitectura como aliada en la venta, 2011)

La arquitecta brasileña Patricia Totaro especialista en desarrollo y construcción de gimnasios en su artículo publicado en la revista “Mercado Fitness” del año 2011, recalca que los gimnasios que consideren dentro de sus objetivos la palabra “diversión” como beneficio a sus usuarios en su vivencia dentro de su establecimientos, serán aquellos que garantizaran buenos resultados tanto en ventas como en retener a sus clientes por mucho más tiempo que aquellos que sigan manteniendo una estructura tradicional. (Totaro, Mercado Fitness, 2011)

1.1.14 Estrategias de cómo se adapta la infraestructura de un centro de entrenamiento físico al cliente

La arquitecta brasileña Patricia Totaro especialista en desarrollo y construcción de gimnasios en su artículo publicado en la revista “Mercado Fitness” del año 2006, señala que antes de emprender un proyecto arquitectónico de un centro de entrenamiento físico primero deberá tener claro cuáles serán los servicios que va a ofrecer y como se va a trabajar en cada sector del lugar, por esa razón la arquitecta Patricia Totaro le sugiere a los inversionistas que el primer paso a seguir es estudiar muy detenidamente y a profundidad a su mercado meta, esto quiere decir al grupo de personas

que consumen o que acuden a este tipo de negocios, realizar una investigación de mercado puesto que el motivo es saber los gustos, sus preferencias, expectativas, de cuánto tiempo libre dispone al día o a la semana, si es una persona económicamente activa, para tener una idea más clara a qué tipo de mercado se va a dirigir. Esta investigación previa le dará como resultado al inversionista el conocer qué tipo de servicios debe de ofrecerles a esas personas, la cantidad de equipamiento necesario que deberá poseer para satisfacer las necesidades de los usuarios, el número de espacios disponibles para la práctica de los diferentes ejercicios y las dimensiones de las mismas puesto que en la investigación previa se conocerá cuales serán probablemente los horarios de más concurrencia y por esta razón el inversionista debe prepararse para ese acontecimiento porque el error grave de muchos negocios vinculados al fitness es que poseen espacios muy reducidos en donde su capacidad es limitada lo cual no les permite cubrir satisfactoriamente la afluencia de una gran cantidad de público.

Como segundo paso la arquitecta brasileña Patricia Totaro especialista en desarrollo y construcción de gimnasios en su artículo publicado en la revista "Mercado Fitness" del año 2006, indica que se debe analizar muy bien a la competencia, esto quiere decir saber con exactitud cuáles son los servicios que ofrecen a los usuarios, las dimensiones de sus establecimientos, conocer sus fortalezas y sus debilidades puesto que es ahí donde se debe atacar para poder lograr neutralizar a los rivales y dejarlos fuera de la competencia.

Existen puntos claves que señala la arquitecta Patricia Totaro en esta edición número 14 de la revista "Mercado Fitness" que ayudaran a saber las dimensiones y los detalles que deberá tener un centro de entrenamiento físico basados en el tipo de clientes que lo vayan a frecuentar y de la zona donde este se levantara físicamente el negocio, estos se detallaran a continuación:

- Zona comercial y de oficinas

Se tomara como referencia que esta es una zona donde los clientes potenciales de las instalaciones serán personas que trabajan en su gran mayoría. Por esta razón se deberá contar con un establecimiento donde las áreas de mayor afluencia de usuarios en horas picos que en estos casos sería muy temprano en la mañana antes de que vayan a cumplir con su jornada laboral o a su vez en la noche después de salir de sus trabajos, deberán ser muy amplias para que los clientes no deban esperar un tiempo determinado para usar una máquina que está siendo ocupado por otro miembro del local o que se deba quedar fuera porque el cupo está lleno, normalmente esto sucede en las zonas de musculación y de ejercicios grupales. También debe contar con una zona de vestuarios acogedora, amplia con varias áreas de aseo personal y espacios donde puedan dejar su ropa de trabajo sin la preocupación de encontrarla arrugada al finalizar su jornada de ejercicios.

- Zona Residencial con una alta densidad poblacional

Se tomara como referencia una zona de clase media donde exista una diversidad de público, en estos casos toca analizar y decidir por parte del inversionista, qué tipo de áreas son las más idóneas a implementar. Normalmente los centros de entrenamiento físico en zonas residenciales atienden a jóvenes, adultos y personas de la tercera edad, ofreciéndoles áreas con piscina incluida, vestidores cómodos pero de menor dimensión, salas de musculación reducidas puesto que al ser un área residencial los usuarios tendrán más tiempo disponible y no estarán con el tiempo justo lo que causaría que puedan acudir al establecimiento a diferentes horas en el día evitando de esta manera provocar horarios pico. En estos casos sería mejor crear áreas grandes de espera o áreas grupales de gran tamaño en las cuales se puedan ofrecer una diversidad de clases y también salas de descanso en las cuales las personas puedan sociabilizar de una manera

muy cómoda, agradable y divertida. (Totaro, Arquitectura: Como adaptar el gimnasio al cliente, 2006)

1.1.15 Los vestuarios, un valor agregado para los gimnasios actuales

El experto Adrian Stoll Gerente de la empresa WellClub en su artículo de la Revista Mercado Fitness El valor de los vestuarios en los gimnasios publicado en Octubre del año 2013, menciona que en la actualidad ya no solo las zonas principales como áreas de musculación o de clases grupales son los que ayudan a los centros de entrenamiento físico a captar clientes y a fidelizarlos, sino que ahora la distribución y el diseño de los vestuarios también ayudan a atraer usuarios.

Los vestuarios pasaron de ser un área solo para que los clientes realicen su proceso de aseo personal a convertirse actualmente en un atractivo más del establecimiento, esta zona debe ahora considerársela como una pieza fundamental a la hora de atraer a más usuarios.

A continuación se detallaran puntos importantes que se deben tomar en cuenta para el diseño de un vestuario vanguardista según Adrian Stoll:

- La comodidad será fundamental, puesto que al cliente hay que ofrecerle un área amplia donde se pueda mover libremente tanto en hora normales como en horas picos.
- La privacidad debe ser un punto importante a tomar en cuenta, ya que los usuarios al momento de su aseo personal buscan la intimidad como si estuvieran en su propio hogar, es fundamental poseer varias zonas de duchas y un lugar donde puedan cambiarse tranquilamente.
- La ambientación de los vestuarios debe ser tal vez el punto más importante, se le debe entregar al cliente un área con una zona de temperatura muy agradable, libre de malos olores, con diseños

vanguardistas y colores que le den luminosidad, puesto que normalmente en los gimnasios tradicionales estas zonas de vestuarios no son vistas como una herramienta de captación de clientes por tal razón entregan a las personas una área muerta, fría y con colores muy pálidos, un error grave a la hora de buscar ofrecer algo diferente a los usuarios.

El experto Adrian Stoll Gerente de la empresa WellClub en su artículo de la Revista “Mercado Fitness”, 2013 menciona que la cantidad de equipamiento y de enseres que debe haber en una zona de vestuario en un centro de entrenamiento dependerá de la cantidad de miembros y del lugar donde se encuentre situado. El experto aconseja que si es un establecimiento con más de 700 personas inscritas ubicado en una área residencial, esta deberá tener por lo menos 3 duchas y 3 inodoros como mínimo, pero si en el caso de que se encuentre ubicado en una zona comercial este debe poseer al menos el doble de equipamiento mencionado anteriormente.

El experto Adrian Stoll como conclusión señalo que un vestuario mal organizado, sucio y poco atractivo causara que los clientes potenciales no deseen inscribirse en el negocio y además de que los clientes actuales ya no deseen continuar siendo parte del centro de entrenamiento físico. (Stoll, 2013)

1.1.16 La Recepción de los gimnasios como la carta de presentación de los establecimientos

La arquitecta brasileña Patricia Totaro especialista en desarrollo y construcción de gimnasios en su artículo La recepción del gimnasio como carta de presentación publicado en la revista Mercado Fitness del año 2006, explica que cuando se piensa en diseñar una área de recepción para este tipo de establecimientos fitness el inversionista debe tener fijado dos objetivos muy claros en su mente, los cuales tienen que ver con “Impacto y Funcionalidad”

La experta aconseja que siempre será recomendable separar las áreas de venta del área de recepción, puesto que el primero será el encargado de llevarlos a conocer las instalaciones del centro de entrenamiento, darles una explicación de los servicios que se ofrecen y de convencer a los visitantes de que deban formar parte del establecimiento como nuevos miembros y así concretar su inscripción. El segundo que en este caso serían los encargados de la recepción y caja, ellos simplemente se encargaran de dar la bienvenida a los clientes, de tratar de resolverles cualquier inquietud que estos posean y de realizar el llenado de los papeles necesarios para que los clientes se puedan inscribir en el establecimiento. Esto es un trabajo en conjunto entre las dos áreas, el uno convence al cliente y el otro ejecuta.

La arquitecta brasileña Patricia Totaro aconseja a los inversionistas y dueños de estos centros de fitness de que la recepción del local de preferencia siempre se encuentre al ingreso del visitante, esto quiere decir frente a la puerta de entrada al centro de entrenamiento físico. También aconseja de que el área debe estar tan bien diseñada para que las personas que visiten el local y que deseen inscribirse se encuentren dentro de una zona tranquila fuera de tanto ruido y de aglomeración de miembros del establecimiento y el cual posea un espacio de entrada separado del área de salida, puesto que lo ideal será estar en una zona donde el personal de venta posea toda la atención del cliente para poder concretar la inscripción.

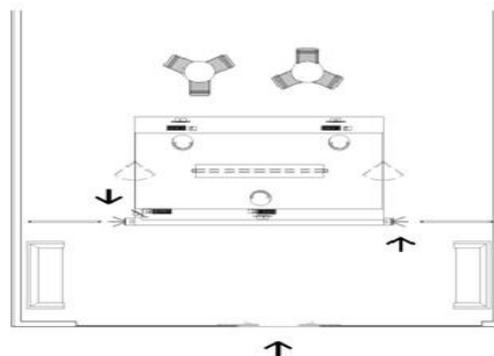


Grafico 6 La recepción como carta de presentación

Fuente: Revista "Mercado Fitness" edición Nro. 14 año 2006.
(Totaro, La recepción del gimnasio como carta de presentación , 2006)

La experta también aconseja de que si el establecimiento cuenta con el espacio suficiente en el área de recepción, entonces lo ideal sería adecuar una zona de espera donde el visitante pueda aguardar a que sea atendido por el alguien del personal del establecimiento, pero recalca de que esta área no deberá ser tan atractiva como la que se deba crear en el interior del gimnasio puesto que la clave y el objetivo no es de que el cliente se quiera quedar en esa zona de espera sino que prefiera estar en la zona de relajación dentro del centro de entrenamiento físico, ese el objetivo primordial. (Totaro, La recepcion del gimnasio como carta de presentacion , 2006

1.1.17 La importancia del fitness grupal en los ingresos de los gimnasios

La profesora de Educación Física Gabriela Retamar de la INEF de Buenos Aires Argentina en su artículo La nueva era del fitness grupal publicado en la revista “Mercado Fitness” del año 2013, explica que los inversionistas que deseen incursionar en este tipo de negocios de centros de entrenamiento físico deben cambiar la percepción que tienen sobre los instructores de clases grupales, puesto que dentro de ese cambio que ha sufrido en los últimos años este tipo de negocios ahora se sabe que las áreas donde se imparten este tipo de clases donde acceden una gran cantidad de personas le representan un porcentaje muy alto dentro de las ganancias totales que dará el establecimiento, para ser más exactos la experta señala que estas zonas de fitness grupal como ahora se los denomina dentro de este cambio que han sufrido los gimnasios actuales representan más del 60 % de los ingresos y menciona también que tanto para ella y como para otros especialistas de este sector, esto es visto como el deporte del futuro. (Retamar, 2013)

Una investigación realizada en Les Mills en los Estados Unidos por la agencia independiente americana (AC Nielsen) en el año 2013, confirmo el

poder que tiene el fitness grupal a la hora de captar clientes puesto que este sistema tiene la capacidad de revalorizar la percepción que tienen los clientes sobre los gimnasios a la hora de recomendar a otras personas un centro de entrenamiento donde ofrezcan este tipo de clases dentro de su lista de servicios.



Grafico 7 El Fitness Grupal

Fuente: Gimnasio "Uno Bahia Club" – Argentina
(UnoBahiaClub, 2013)

Esta investigación también reveló que de 1.000 personas que acuden a un centro de entrenamiento físico, el 90 % acude a estos establecimientos en busca de clases grupales como mínimo dos veces a la semana y que un 40 % acude 4 veces por semana en busca de este servicio llamado Fitness grupal. Los resultados de esa investigación también dieron a conocer lo importante que son estas clases grupales al momento de querer obtener una alta rentabilidad en los centros de entrenamiento.

1.1.18 Estrategias de marketing para centros de entrenamiento físico

El consultor, Gerente de Wellness & Sport Consulting Pablo Viñaspre, en su artículo Estrategias de marketing para gimnasios publicado en la revista Mercado Fitness del año 2013, explica que al momento de publicitar un centro de entrenamiento lo primero que hay que tener en cuenta es que en este tipo de negocios lo importante no solo es describir lo que vamos a ofrecer en sentido de servicios o infraestructura, sino que también hay que concentrarse en comunicar cuáles serán los beneficios que van a recibir las personas que decidan formar parte del establecimiento.

La publicidad va a ir dirigida a emocionar al cliente, puesto que la clave para sobresalir de la competencia es que se necesita que la empresa cree una relación afectiva con los potenciales usuarios del centro de entrenamiento, esto quiere decir que el marketing que se haga de la empresa no solo deberá centrarse en lograr beneficios sino que también se centre en buscar el bienestar y en el mejorar la calidad de vida de los usuarios y como recompensa el negocio recibirá una fidelización por parte de los clientes lo cual al final provocara una retribución económica que hará más rentable el proyecto.

El experto explica que los consumidores a la hora de comprar no se fijan o toman en cuenta al momento de decidir los argumentos racionales que se les da para convencerlos a que adquieran algo sino que estas personas se dejan llevar más por imágenes que causen algún impacto emocional en ellos.

Belén López en su libro Publicidad Emocional: Estrategias Creativas, 2007 menciona que las empresas actualmente como publicidad utilizan la imagen de muchos “Ídolos mediáticos” como por ejemplo Cristiano Ronaldo o un actor famoso para publicitar sus productos, puesto que estas personas lo que causan en los clientes es despertarles sus emociones y hacerles sentir que por más difícil que algo parezca, si ellos se esfuerzan también podrán alcanzar sus metas tal y como lo hicieron esos personajes mediáticos.

El Gerente de Wellness & Sport Consulting Pablo Viñaspre en su artículo publicado en la revista “Mercado Fitness” del año 2013, lo que trata de explicar es que cuando el inversionista decida realizar la publicidad del centro de entrenamiento físico deberá tomar en cuenta que lo primordial antes que solo dar a conocer cuáles son los servicios que estos establecimientos ofrecen a sus usuarios o el tipo de infraestructura que posean, la clave esta es en hacerles despertar sus sentimientos a los clientes por medio del mensaje publicitario y una vez entendido esto se podrá pasar al siguiente paso que será como lograr hacer avivar esas

emociones en los consumidores y para esto el experto Pablo Viñaspre describe cuales son los motivos que llevan a las personas a adquirir un bien o servicio y da a conocer un nuevo personaje dentro del Marketing denominado “SABONE”.

- S: que representa a la Seguridad
- A: que representa el afecto
- B: que representa el Bienestar
- O: que representa el Orgullo
- N: que representa la novedad
- E: que representa la economía

Para entender esto hay que recordar que lo que motiva a una persona a elegir un centro de entrenamiento físico en vez de otro, está relacionado con esta nueva palabra del marketing, puesto que se conoce que los usuarios no toman sus decisiones sobre estos establecimientos basados en el precio sino que toman en cuenta otras características tales como la cercanía a sus hogares o lugares de trabajo (Bienestar), las recomendaciones que les hagan usuarios de un centro de entrenamiento (Seguridad) o el entorno del establecimiento y el ambiente que este le brinde a los clientes (Orgullo, bienestar o afecto).

El consultor, Gerente de Wellness & Sport Consulting Pablo Viñaspre, en su artículo publicado en la revista “Mercado Fitness” del año 2013, da como conclusión para este tema que al saber que los usuarios de este tipo de negocios basan sus decisiones en aspectos emocionales, lo que hay que venderles no es un centro de entrenamiento físico sino una idea sobre gente en forma que gracias al ejercicio viven sanas y felices. Como lo explica Santiago Rodríguez en su libro Creatividad en Marketing Directo, “No hay que vender zapatos, hay que vender pies bonitos”.(Viñaspre, 2013)

1.2 MARCO REFERENCIAL

Como referencia se tomó en cuenta la temática de gimnasios multifuncionales tanto en el Ecuador como de fuera de nuestros límites territoriales.

Por ejemplo en nuestro país tenemos el **Gold's Gym**, situado en la ciudad de Guayaquil en el edificio World Trade Center de la avenida Francisco de Orellana, este establecimiento empezó a funcionar desde el año 2003, fue el pionero de los gimnasios multifuncionales en el país, se desarrolla dentro de un ambiente cómodo y relajante cuenta con programas de evaluación física, asesoría nutricional e instructores altamente calificados en lo que concierne al entrenamiento físico.



Grafico 8 Gold's Gym

Fuente: (Gold's Gym, 2014)

Dentro de sus instalaciones se pueden realizar diferentes actividades tales como:

- Entrenamiento con máquinas cardiovasculares.
- Entrenamiento con máquinas de fuerza.
- Entrenamientos de resistencia muscular.
- Pilates al piso.
- Spinning.
- Baños de vapor.

- Aeróbicos.
- Sala de Masajes.
- Acupuntura.
- Rayos laser.
- Yoga.
- Bronceados.
- Terapia Neural.
- Reflexología.
- Defensa personal.
- Body Bar.
- Tae Bo.
- Bailoterapia.
- Rumba steps.
- Gangnam.



Grafico 9 Gold's Gym (sala de aerobicos)

Fuente: (Gold's Gym, 2014)



Grafico 10 Gold's Gym (sala de Spinning)

Fuente: (Gold's Gym, 2014)



Grafico 11 Gold´s Gym (sala de pesas)

Fuente: (Gold's Gym, 2014)

Además también cuenta con baños con casilleros, duchas privadas, vestidores, una cafetería light y un sauna que ayudara a los clientes a eliminar toxinas y también reducir su estrés.

Los valores por los servicios prestados son los siguientes:

Membresía Mensual: \$70,00

Membresía Trimestral: \$155,00

Membresía Semestral: \$290,00

Membresía anual: \$500,00

Otro gimnasio que se tomó como referencia pero en este caso fuera de nuestro país es el Alcalá de Henares ubicado en la ciudad de Madrid, España. Es una franquicia de la Virgin Active Health Clubs una empresa líder a nivel internacional en la rama de Fitness y Wellness creada en el año de 1999 y que al momento cuenta con más de 262 clubes alrededor del mundo.

Entre los objetivos de esta empresa está el ofrecer un servicio con la más alta calidad y hacer que los socios se sientan bien antes, durante y después del ejercicio. Por esa razón están en una constante innovación, mejorando sus servicios, introduciendo nuevas clases, contratando y formando a su staff.

El Gimnasio Alcalá de Henares cuenta con instalaciones de 4000 metros cuadrados con la mejor tecnología de vanguardia, 4 estudios amplios donde se imparten más de 170 clases al día.



Grafico 12 Gimnasio Alcalá de Henares - Instalaciones

Fuente: (Virgin Active Health Clubs, 2014)

Cuenta con una piscina climatizada donde se imparten clases en el agua, como clases de natación y matronatación.



Grafico 13 Gimnasio Alcalá de Henares (piscina)

Fuente: (Virgin Active Health Clubs, 2014)

Un spa con servicios de baño turco, sauna y duchas de sensaciones para que el cliente luego de sus ejercicios se relaje.



Grafico 14 Gimnasio Alcalá de Henares (Spa)

Fuente: (Virgin Active Health Clubs, 2014)

Una Zona Lounge donde los clientes se pueden relajar en los cómodos sofás y poder leer alguna revista o simplemente conectarse al internet mediante una conexión WiFi o computadoras de escritorio instaladas en el sitio.



Grafico 15 Gimnasio Alcalá de Henares (Zona Lounge)

Fuente: (Virgin Active Health Clubs, 2014)

Un área para niños donde se puedan divertir y realizar actividades como cursos de natación, campamento de verano y clases infantiles.



Grafico 16 Gimnasio Alcalá de Henares (área de niños)

Fuente: (Virgin Active Health Clubs, 2014)

También contara con un área de vestuarios, tocadores, zona familiar y zona para minusválidos.



Gráfico 17 Gimnasio Alcalá de Henares (vestuarios)

Fuente: (Virgin Active Health Clubs, 2014)

1.3 MARCO CONCEPTUAL

1.3.1 Definición de Actividad Física

Según la Organización Mundial De La Salud (OMS) en su informe Estrategia Mundial sobre régimen alimenticio, actividad física y salud, 2014 explica lo siguiente: “Se considera actividad física cualquier movimiento corporal producido por los músculos esqueléticos que exija gasto de energía.” (OMS, Actividad Fisica definicion, 2014).

Patricia Minuchin define la actividad física como “uno o más movimientos corporales producidos por la contracción esquelética que incrementa el gasto de energía por encima del nivel basal”.

Devis y Cols definen la actividad física como “Cualquier movimiento corporal, realizado con los músculos esqueléticos, que resulta en un gasto de energía y en una experiencia personal y nos permite interactuar con los seres y el ambiente que nos rodea”.

Entonces podemos entender que la actividad física es todo movimiento corporal que realice un ser humano el cual produce un gasto de energía la cual puede ser realizada de una manera voluntaria, planificada u organizada.

1.3.2 Definición de Sedentarismo

Según la Organización Mundial De La Salud (OMS) en su informe Estrategia Mundial sobre régimen alimenticio, actividad física y salud, 2014 explica lo siguiente: “El sedentarismo es la falta de actividad física regular, definida como menos de 30 minutos diarios de ejercicio regular y menos de 3 días a la semana”. (OMS, Estrategia mundial sobre régimen alimentario, actividad física y salud, 2014)

Endrina Salas define el sedentarismo como “la carencia de actividad física fuerte como el deporte, lo que por general pone al organismo humano en situación vulnerable ante enfermedades especialmente cardiacas y sociales”

Se entiende como sedentarismo la falta de actividad física en una persona, aquella que no practica algún deporte o no realiza ningún tipo de ejercicio y que por ende dedica casi todo su tiempo a estar en una actitud de reposo.

1.3.3 Definición de Gimnasio

Es un espacio creado especialmente para realizar diferentes tipos de actividad física, un lugar especializado donde las personas podrán contar con todas las posibilidades para que se puedan ejercitar de una manera acorde a sus necesidades.

Es un centro privado donde las personas deberán cancelar un valor mensual para poder acceder a los beneficios que se ofrecen dentro del establecimiento.

1.3.4 Definición de Investigación de Mercados

Según Gabriel Baca Urbina en su libro Evaluación de Proyectos menciona que la investigación de mercados es el estudio donde se determina y cuantifica la demanda y la oferta entendiéndose en este caso como demanda las personas que acuden a un centro de entrenamiento físico, se hace un análisis de la comercialización y de sus valores económicos.

Kinnear y Taylor en su libro Investigación de mercados, 2010 la define como “la función que enlaza al consumidor, al cliente y al público con el comercializador a través de la información”.

En cambio Philip Kotler en su libro Dirección de Marketing, 2010 expresa lo siguiente: “La investigación de mercados consiste en el diseño, la recopilación, el análisis y el reporte de la información y de los datos relevantes del mercado para una situación específica a la que se enfrenta la empresa”.

Lo que se busca lograr con este estudio, es el hacer una conexión entre el consumidor y el comercializador por medio de la obtención de información, la cual servirá para observar el comportamiento de las personas, conocer sus

necesidades e identificar oportunidades la cual nos posibilite a futuro lograr satisfacer las necesidades de los clientes.

1.3.5 Definición de Ventaja Competitiva

Michael E. Porter en su libro Ventaja Competitiva, 2010 denomina ventaja competitiva “al valor que una empresa es capaz de crear para sus clientes, en forma de valores económicos menores que los de los competidores para beneficios equivalentes o por la provisión de productos diferenciados cuyos ingresos superen a los costes.” (Porter, 2010)

Según Arturo Komiya la ventaja competitiva son aquellas ventajas que alcanza una empresa ante otras que pertenecen al mismo segmento de mercado, el cual les posibilita poder prevalecer o distinguirse sobre ellas y alcanzar una mejor posición en el mercado.

En pocas palabras se puede decir que la ventaja competitiva es aquella estrategia que permite sobresalir de los competidores. Por eso es bueno siempre estar analizando a los rivales del sector puesto que al conocerlos podrás encontrar esos puntos débiles o falencias que van ayudar a la empresa a crear esas ventajas que los harán sobresalir de las demás.

Esta ventaja se la obtiene cuando la empresa posee alguna o algunas características diferenciadoras con respecto a su competencia, estas pueden ser por un servicio especial, por un producto, por ubicación o por un precio mucho menor que la de sus competidores.

1.3.6 Definición de Fidelización de los clientes

Santiago Rodríguez en su libro Creatividad en Marketing Directo, 2009 define a la fidelización de clientes como “el fenómeno por el que un público determinado permanece fiel a la compra de un producto concreto de una marca concreta, de una forma continua o periódica”.

Según el autor Arturo Komiya la fidelización consiste en obtener que un cliente que anteriormente ya ha consumido un producto o servicio

determinado se transforme un usuario que se vuelva un seguidor de ese producto, servicio o marca, en pocas palabras que se convierta en un comprador frecuente.

La fidelización de los clientes le permite a la empresa no solo ganar un consumidor fiel y leal sino que también le permite a la empresa obtener una persona que va a recomendar el producto o servicio con otros individuos.

1.3.7 Definición de Publicidad

Philip Kotler define a la publicidad como “el acto de lograr hacerle gastar a una persona el dinero que no tiene, en algo que no necesita”.

Kotler y Armstrong en su libro Fundamentos de Marketing, 2008 definen a la publicidad como “cualquier forma pagada de presentación y promoción no personal de ideas, bienes o servicios por un patrocinador identificado”.

La American Marketing Association define a la publicidad como “La colocación de avisos y mensajes persuasivos, en tiempo o espacio, comprado en cualesquiera de los medios de comunicación por empresas lucrativas, organizaciones no lucrativas, agencias del estado y los individuos que intentan informar o persuadir a los miembros de un mercado meta en particular o a audiencias acerca de sus productos, servicios, organizaciones o ideas”:

Entonces se entiende que la publicidad es la herramienta más poderosa del marketing que utilizan las empresas para promocionar o dar a conocer a las personas que se encuentran dentro de su segmento de mercado algún producto o servicio que estos ofrezcan con la única finalidad de captar consumidores, compradores o seguidores.

1.3.8 Definición de Fitness

Es un término en inglés que significa “bienestar”, la palabra Fit significa: sano o saludable, conociendo esto podemos decir que Fitness, es ese

estado de bienestar que alcanza una persona mediante la práctica de una actividad física, la cual tiene como objetivo el vigorizar tanto los músculos como el cuerpo, disminuir la grasa corporal del mismo y consumir calorías por medio del gasto de energía.

1.3.9 Definición de Fitness Grupal

La profesora de la Escuela Profesional de Educación en Fitness, Laura Martino define el Fitness grupal como un lugar o espacio donde se imparten clases destinadas a la práctica diferentes tipos de ejercicios ya sean estos aeróbicos, funcionales, de fortalecimiento, cardiovasculares, rítmicos o de potencia.

1.3.10 Definición de Referenciación de los procesos o Benchmarking

El autor Braulio Mejía García en su libro Gerencia de procesos, 2006 detalla que la referencia o el benchmarking, consiste en conocerse a sí mismo, conocer la competencia, definir los mejores procesos e integrarlos en su organización, capturar un producto de la competencia hacerlo igual o mejor que ellos. También consiste en identificar las empresas líderes, determinar la calidad de sus productos o servicios y ver la forma de aplicar lo mismo a tu negocio.

1.3.11 Definición de Valor Presente Neto (VPN)

Lawrence J. Gitman en su libro Principios de Administración Financiera, 2006 define el valor presente neto como un método complicado del presupuesto de capital, el VPN se calcula restando la inversión inicial del proyecto con los flujos de efectivos futuros traídos al presente deducido de una tasa de descuento que se la obtiene sumando el costo de capital, el riesgo bancario y la tasa de interés promedio.

Si el VPN es mayor que \$0, el proyecto se acepta. Pero si el VPN es menor que \$0, se rechazara el proyecto.

El valor presente neto permitirá concluir si una inversión es rentable o no.

1.3.12 Definición de Tasa Interna de Rendimiento (TIR)

Lawrence J. Gitman en su libro Principios de Administración Financiera, 2006 menciona que es la técnica más utilizada, es la tasa de descuento que iguala al VPN esto quiere decir que la suma de los flujos de efectivo son iguales a la inversión inicial.

La tasa interna de rendimiento es la tasa que la empresa ganara si se invierte en el proyecto. Si la TIR es mayor que el costo de capital, el proyecto se lo acepta. Si la TIR es menor que el costo de capital, el proyecto se lo rechaza. El valor presente neto permitirá concluir si una inversión es viable o no.

1.3.13 Definición de Costo Promedio Ponderado de Capital (CCPP)

Lawrence J. Gitman en su libro Principios de Administración Financiera, 2006 menciona que es el costo futuro promedio de los fondos a largo plazo, el cual se calcula multiplicando el costo de cada forma de financiamiento (tasa activa) por la estructura de capital de las empresas y al final se le suma los valores ponderados. (Gitman, 2007)

El costo promedio ponderado de capital es una tasa mínima de rendimiento que debe obtener una empresa para poder cubrir sus deudas con los acreedores o las empresas que financian su proyecto. También es la tasa mínima requerida por los inversionistas para que la empresa pueda cubrir el pago de sus dividendos.

1.3.14 Que es el Programa “Ecuador Ejercítate”

Este es un programa puesto en marcha por parte del Ministerio del Deporte y lo que busca es lograr que las personas realicen actividades físicas deportivas de una manera recreativa, con el único objetivo de poder ayudar a disminuir el nivel de sedentarismo en los ecuatorianos. Para este programa el Gobierno destino una inversión de 6'591.445 millones de dólares para poder financiar 274 puntos dentro del país en los cuales se impartirán clases gratuitas de bailoterapia a los ciudadanos. (Ministerio Del Deporte, 2013)

1.4 MARCO LEGAL

El Ecuador es una sociedad organizada que se encuentra regido por leyes y reglamentos. Las leyes laborales se encuentran estipuladas en el Código de Trabajo el cual se tomara de referencia para la construcción del Marco Legal.

Basados en las normas laborales estipuladas en el Código de Trabajo mencionamos algunas que consideramos entre otras importantes al momento de poner en marcha el proyecto.

1.4.1 Obligaciones del empleador y trabajador

Para este tema, se tomaran en cuenta el artículo 2 de la ley de Seguridad Social el cual estará vinculado con el artículo 42 del Código de Trabajo numeral 31, consideraremos también los articulo 45 y 54 del mismo Código de Trabajo.

Artículo 2. De la ley de seguridad social. Seguro general obligatorio.

La ley de Seguridad Social, menciona que el empleador está en la obligación de afiliar a sus empleados al Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social (IESS). Como complemento de esta ley y para su mejor entendimiento se lo vinculara con el artículo 42 del código de trabajo obligaciones del empleador-numeral 31.

Artículo 42. Del código de trabajo. Obligaciones del empleador. Numeral 31.

Inscribir a los trabajadores en el Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social, desde el primer día de labores, dando aviso de entrada dentro de los primeros quince días, y dar avisos de salida, de las modificaciones de sueldos y salarios, de los accidentes de trabajo y de las enfermedades

profesionales, y cumplir con las demás obligaciones previstas en las leyes sobre seguridad social;

Calificación patronal en el IESS

Para que el centro de entrenamiento físico pueda obtener un número patronal según las disposiciones del IESS debe tener cedula de inscripción patronal, que consiste en un registro de los datos personales del patrono y datos de la empresa, luego se realiza una inspección al negocio para verificar el número de trabajadores con el que cuenta para emitir un informe dando fe que la empresa puede adquirir su número patronal pudiendo así afiliar a todos sus trabajadores.

Artículo 11. De la ley de seguridad social. Materia gravada.

Para efectos del cálculo de las aportaciones y contribuciones al Seguro General Obligatorio, se entenderá que la materia gravada es todo ingreso regular, percibido por el afiliado con motivo de la realización de su actividad.

Los aportes que le corresponden dentro del seguro general es del:

- 9.35% del sueldo básico unificado en calidad de aporte personal, y cuyo valor paga el trabajador.
- 12.15% del sueldo básico unificado en calidad de aporte patronales, la empresa cubre dicho porcentaje.
- 0.5% de contribución del IECE, pago a cargo de la empresa y, otro 0.5% para el SECAP.

En resumen se contribuye al IESS por cada trabajador el 21.5% de aporte personal y patronal.

Artículo 45 del código de trabajo. Obligaciones del trabajador.

Todo trabajador se verá obligado a ejecutar su trabajo en los términos establecidos en el contrato estipulado por el empleador, el personal se verá obligado a cumplir reglas que serán establecidas desde su ingreso a la institución.

Artículo 54 del código de trabajo. Perdida de la remuneración.

Si un trabajador injustificadamente llegare a faltar a un día de su jornada laboral, el empleador estará en la obligación de descontarle de su rol el día no trabajado y solo tendrá derecho a percibir la remuneración de cinco jornadas, de acuerdo a lo establecido en el art. 54 del código de trabajo.

1.4.2 Beneficios sociales y beneficios legales

Artículo 111 del código de trabajo. Derecho a la decimotercera remuneración o bono navideño.

Todo trabajador tiene derecho de recibir la decimotercera remuneración o bono navideño que será pagada por parte de los empleadores hasta el veinticuatro de diciembre de cada año el cual corresponderá a una remuneración equivalente a la doceava parte de todas las remuneraciones percibidas durante el año, según lo estipulado en el Art. 111 del Código de Trabajo. Este artículo se vinculara con el artículo 95 Sueldo o salario y retribución accesoria del código de trabajo.

Artículo 113 del código de trabajo. Derecho a la decimacuarta remuneración o bono escolar.

Todo trabajador tiene derecho a la décimacuarta remuneración o bono escolar estipulado en el art. 113 del código de trabajo, que corresponderá a un sueldo básico unificado la cual será pagada hasta el 15 de abril en la

región Costa e Insular y hasta el 15 de septiembre en la región Sierra y Oriente.

Artículo 69 del código de trabajo. Vacaciones Anuales.

El trabajador tiene derecho a gozar anualmente de 15 días de descanso ininterrumpido incluidos los días no laborables según lo estipulado en el Art. 69 del código de trabajo.

Artículo 97 del código de trabajo. Participación de trabajadores en utilidades de la empresa.

La empresa o empleador deberá reconocer a sus trabajadores el 15% de las utilidades liquidadas el cual se repartirá de la siguiente manera:

El 10% las cuales se dividirá por el total de trabajadores de la empresa.

El 5% que será entregado directamente a los trabajadores correspondientes a cargas familiares (cónyuge o conviviente en unión de hecho, hijos menores de 18 años y los hijos minusválidos de cualquier edad).

1.4.3 De la terminación del contrato de trabajo.

Artículo 169 del código de trabajo. Causas para la terminación del contrato individual.

Causas para la terminación del contrato de trabajo.

El art. 169 según como lo establece el código de trabajo la empresa puede dar por terminado el contrato individual por:

Acuerdo de las partes, por desahucio, por voluntad del trabajador el cual estará vinculado con el art. 173 del código de trabajo, por voluntad del empleador el cual estará vinculado con el art. 172 del código de trabajo, por caso fortuito o de fuerza mayor que imposibilite al trabajador continuar con

sus labores, por muerte del empleado la empresa se verá obligado a contratar de manera inmediata a una persona que cumpla con los requerimientos para el puesto solicitado, por muerte o incapacidad del empleador y por conclusión de la obra – periodo o servicio estipulado en el contrato.

Artículo 172 del código de trabajo. Causas por las que el empleador puede dar por terminado el contrato.

Por faltas repetidas e injustificadas, por abandono del trabajo por un tiempo mayor a 3 días consecutivos, por indisciplina o desacato de las reglas internas de la empresa, por conducta inmoral del empleado, por injurias graves hacia el empleador, por ineptitud, por no acatar las reglas de seguridad e higiene

Si un trabajador comete algunos de estos puntos detallados anteriormente, la ley ampara y beneficia a la institución ya que se puede dar por terminado el contrato sin tener derecho a reclamo alguno por parte de empleado.

Artículo 173 del código de trabajo. Causas para que el trabajador pueda dar por terminado el contrato.

Si la empresa le pide al trabajador que realice una actividad distinta a la convenida en su contrato salvo en casos de urgencia detallados en el art. 52 del código de trabajo, por injurias graves por parte del empleador hacia el trabajador, por disminución, falta o impuntualidad en el pago de su remuneración al trabajador por parte del empleador.

Si se presentare alguno de estos casos el código de trabajo amparara al trabajador ya que el empleado puede dar por terminado la relación laboral con el empleador.

Artículo 181 del código de trabajo. Indemnización por terminación del contrato antes del plazo convenido.

Al momento de que el empleador de por determinado el contrato antes del plazo estipulado en el mismo, el empleador se verá obligado a pagarle al trabajador un equivalente al 50% de su remuneración total por todo el tiempo que falte para cumplir el tiempo establecido en el contrato de trabajo, y si es el trabajador el que da por terminado el contrato es el que deberá abonar como indemnización el 25% de la remuneración por el tiempo que le falte por cumplir del convenio laboral con su empleador.

1.4.4 Reglamento interno de seguridad y salud del trabajo.

Artículo 434 del reglamento interno de seguridad y salud del trabajo. Reglamento de higiene y seguridad.

Si la empresa posee más de 10 trabajadores, esta estará obligada a elaborar un reglamento de higiene y seguridad dentro de la empresa que tendrá que ser aprobada por el Ministerio de Trabajo y Empleo por medio de la Dirección Regional del Trabajo, el mismo que tendrá que ser renovado cada dos años.

Artículo 436 del reglamento interno de seguridad y salud del trabajo. Suspensión de labores y cierre de locales.

Si en el caso de que la empresa atentare contra la salud e higiene de los trabajadores esto quiere decir, no haga cumplir el reglamento de higiene y seguridad anteriormente elaborado, el Ministerio de Trabajo y Empleo podrá suspender las actividades de la empresa. Pero para que esto se lleve a cabo, se deberá esperar el dictamen del Jefe de Departamento de Seguridad e Higiene del Trabajo.

1.4.5 Plan nacional para el buen vivir 2013-2017

El documento desarrollado por la Secretaria Nacional de Planificación y Desarrollo denominado “Plan Nacional para el Buen Vivir” en la página setenta y nueve menciona que los objetivos de este plan es el planificar el desarrollo nacional, erradicar la pobreza, promover el desarrollo sustentable y la redistribución equitativa de los recurso y la riqueza para acceder al Buen Vivir.

En la página 136 del mismo documento, en el objetivo 3: Mejorar la calidad de vida de la población se menciona que una vida digna requiere acceso a bienes superiores y que la calidad de vida empieza por el ejercicio pleno de los derechos del Buen Vivir como son agua, educación, salud, alimentación y vivienda como prerrequisitos para lograr las condiciones y el fortalecimiento de capacidades y potencialidades individuales y sociales.

Textos del Plan Nacional para el Buen Vivir vinculados con artículos de la Constitución de la República del Ecuador

La Constitución de la República del Ecuador en su Capitulo Sexto Derechos de Libertad en el artículo 66, establece “el derecho a una vida digna, que asegure la salud, alimentación y nutrición, agua potable, vivienda, saneamiento ambiental, educación, trabajo, empleo, descanso y ocio, **cultura física**, vestido, seguridad social y otros servicios sociales necesarios”.

La calidad de vida se enmarca en el régimen del Buen Vivir, establecido en la Constitución, dentro del Sistema Nacional de Inclusión y Equidad Social en el artículo 340, para la garantía de servicios sociales de calidad en los ámbitos de salud, **cultura física** y tiempo libre, hábitat y vivienda, transporte y gestión de riesgo.

La Seccion Sexta Cultura fisica y tiempo libre en el articulo 381 de la Constitucion de la Republica del Ecuador establece la obligacion del Estado

de proteger, promover y coordinar la **cultura física** en los ámbitos del deporte, la educación física y la recreación, para la formación y el desarrollo integral de las personas.

CAPITULO II

INVESTIGACION DE MERCADOS

2.1 INTRODUCCION

Para poder emprender este proyecto se necesitara que previamente se realice una investigación de mercados, en la cual para la realización de la misma se necesitara de herramientas tales como fuentes primarias que en este caso serían las encuestas ya sea para los ciudadanos de Manta como para propietarios de gimnasios de la ciudad de Guayaquil y Manta que servirán como referencia para esta investigación y por ultimo también se hará una observación directa tanto a los gimnasios instalados como a la infraestructura de la ciudad de Manta.

Según Gabriel Baca Urbina en su libro Evaluación de Proyectos, 2010 menciona que la investigación de mercados es el estudio donde se determina y cuantifica la demanda y la oferta entendiéndose en este caso como demanda las personas que acuden a un centro de entrenamiento físico, se hace un análisis de la comercialización y de sus valores económicos.

Kinnear y Taylor en su libro Investigación de mercados, 2010 la define como “la función que enlaza al consumidor, al cliente y al público con el comercializador a través de la información”.

2.2 TIPO DE INVESTIGACION

2.2.1 Investigación descriptiva

Según Tamayo y Tamayo M. en su libro Proceso de Investigación Científica, 2004 en la página 35 del mismo menciona a la investigación descriptiva como “un registro, descripción, análisis e interpretación del comportamiento actual del mercado”.

Kinnear y Taylor en su libro Investigación de mercados, 2010 Detalla que la mayoría de investigaciones de mercados incluyen este tipo de investigaciones, menciona que alrededor de un 84% de las empresas utilizan la investigación descriptiva en sus estudios de mercados.

Con la investigación descriptiva se pretende encontrar respuestas a preguntas tales como: ¿Dónde está ubicado?, ¿Cómo es el negocio?, ¿A qué tipo de personas va dirigido?, etc.

El objetivo de este tipo de investigación es el permitir conocer cuáles son las situaciones y la conducta de un mercado para un determinado asunto.

Este tipo de investigaciones en la mayoría de los casos dependen de formulación de preguntas que serán respondidas por un conjunto de personas encuestadas, en la cual la información recolectada servirá para ayudar a evaluar, analizar y tomar decisiones finales a quienes deseen poner en marcha un proyecto.

2.3 PERFIL DEL CONSUMIDOR

2.3.1 Descripción del perfil del usuario

El presente proyecto está dirigido tanto al género masculino como al femenino que deseen obtener mejoras en su salud mediante la práctica física o también ya sea solo por lucir mejor físicamente. El rango de edades

al cual se está enfocando el proyecto es de personas entre 15 a 54 años que son normalmente los que asisten a un centro de entrenamiento físico.

2.3.2 Segmentación de Usuarios

Una vez realizado el perfil del usuario se puede proceder a la segmentación del mismo de la siguiente manera:

- Ubicación Geográfica

El centro de entrenamiento físico estará ubicado en la ciudad de Manta Provincia de Manabí, en la parroquia del mismo nombre.

- Demográfica

El centro de entrenamiento físico se dirigirá tanto al sexo masculino como al femenino que deseen practicar ejercicios físicos con la finalidad de mejorar su apariencia o mejorar su salud.

- Rango de Edades

Los servicios que ofrecerá el proyecto estará dirigido a jóvenes, adultos y adultos mayores que se encuentre entren en el rango de edades de 15 a 54 años.

- Nivel socioeconómico

Se atenderá a un nicho de mercado de un nivel socioeconómico medio - medio alto o aquellas personas que simplemente tengan los recursos económicos para poder pagar por los servicios que se brindaran.

Tabla 2 Nivel socioeconómico de las principales ciudades del Ecuador

NIVEL SOCIOECONOMICO			
CIUDADES	MEDIO BAJO	MEDIO	MEDIO ALTO / ALTO
GUAYAQUIL	37,3	49,8	12,9
CUENCA	29,7	45,4	24,9
AMBATO	23,2	65,7	11,1
STO. DOMINGO	43	43	13,9
MANTA	38,5	54,5	7,1
PORTOVIEJO	29,5	60,9	9,6

Fuente: INEC Censo de Población y Vivienda 2010 (INEC, 2010)

Elaborado por: autores del proyecto

2.4 DISEÑO DE LA INVESTIGACION

Para este proyecto se realizará una investigación cuantitativa la cual tendrá como objetivo el ordenar los resultados los cuales se los va a efectuar mediante dos formas, la primera que será determinando un universo y el segundo será por medio de la obtención de una muestra. La información recopilada por esta investigación ayudara para conocer cuál será la demanda a la que ira dirigida el proyecto y los resultados de las mismas ayudaran también en la toma de decisiones del negocio.

2.4.1 Identificación de la población

Según los autores Kinnear y Taylor en su libro Investigación de mercados, 2010 menciona que “la Población o universo es el conjunto de todos los elementos definidos antes de la selección de la muestra”

La información que se tomara en cuenta para este proyecto será la de la población de la ciudad de Manta provincia de Manabí, específicamente de la parroquia que lleva el mismo nombre.

El universo será:

- Habitantes de la ciudad de Manta en la zona urbana: 221.122
- Habitantes de la parroquia Manta: 51.265
- Personas del sexo masculino y femenino entre los rango de edades entre 15 a 54 años de la parroquia Manta donde se instalara el centro de entrenamiento físico.

Se presentan los datos del rango de edades tanto del sexo masculino y femenino entre 15 a 54 años de la totalidad del área urbana de la ciudad de Manta y de la parroquia del mismo nombre. La información fue obtenida del INEC ultimo Censo de Poblacion y Vivienda del año 2010.

Habitantes de la ciudad de Manta

Tabla 3 Población de la ciudad de Manta (zona urbana)

POBLACION DE LA CIUDAD DE MANTA - ZONA URBANA			
CIUDAD	HOMBRES	MUJERES	TOTAL
MANTA	109.232	111.890	221122

Fuente: INEC Censo de Población y Vivienda 2010 (INEC, 2010) – (A2.4.1)
Elaborado por: autores del proyecto

Grupos de edades de la zona urbana de la ciudad de Manta

Tabla 4 Grupo de edades (zona urbana de Manta)

EDADES	HOMBRES	MUJERES	TOTAL
15 A 19	10995	11300	22295
20 A 24	9908	10243	20151
25 A 29	9636	9958	19594
30 A 34	8743	9353	18096
35 A 39	7858	8313	16171
40 A 44	6788	7229	14017
45 A 49	5765	6008	11773
50 A 54	4730	4840	9570
	64423	67244	131667

Fuente: INEC Censo de Población y Vivienda 2010 (INEC, 2010)
Elaborado por: autores del proyecto

Habitantes de la Parroquia Manta

Tabla 5 Habitantes Parroquia Manta

PARROQUIA	HOMBRES	MUJERES	TOTAL
MANTA	25.141	26.124	51265

Fuente: INEC Censo de Población y Vivienda 2010 (INEC, 2010)
Elaborado por: autores del proyecto

Grupo de edades de la Parroquia Manta

Tabla 6 Grupo de edades (Parroquia Manta)

EDADES	HOMBRES	MUJERES	TOTAL
15 A 19	2560	2850	5410
20 A 24	2231	2325	4556
25 A 29	1750	1846	3596
30 A 34	2147	2480	4627
35 A 39	1560	1896	3456
40 A 44	1237	1356	2593
45 A 49	1012	1110	2122
50 A 54	1036	1145	2181
	13533	15008	28541

Fuente: INEC Censo de Población y Vivienda 2010 (INEC, 2010)
Elaborado por: autores del proyecto

Tabla 7 Tamaño de la población o universo

TAMAÑO DE LA POBLACION O UNIVERSO	
Poblacion total del Ecuador	14.483.499
Poblacion de la Provincia de Manabi	1.309.780
Poblacion de la ciudad de Manta zona Urbana	221.122
Poblacion de la ciudad de Manta en las edades de 15 a 54 años	131.667
Poblacion de la Parroquia de Manta	51.265
Poblacion de la Parroquia de Manta en las edades de 15 a 54 años	28.541
Nivel socioeconomico medio del sector	54,5%
Nivel socioeconomico medio alto / alto del sector	7,1%
Mercado potencial de la Parroquia Manta entre las edades de 15 a 54 años que posean un nivel socioeconomico medio, medio alto/ alto	17.581

Fuente: INEC Censo de Población y Vivienda 2010 (INEC, 2010)

Elaborado por: autores del proyecto

Como conclusión podemos obtener que la población objetivo del proyecto sea de 17.581 habitantes.

2.4.2 Identificación de la muestra

Para los autores Ander y Egg citado por Tamayo y Tamayo M. en su libro Proceso de Investigación Científica, 2004 menciona que la muestra es “el conjunto de operaciones que se realizan para estudiar la distribución de determinados caracteres en la totalidad de una población universo o colectivo partiendo de la observación de una fracción de la población considerada”

Para H. Sampieri, citado por Balestrini, detalla que “la muestra es en esencia un subgrupo de la población. Es un subconjunto de elementos que

pertenecen a ese conjunto definido en sus características al que se le llama población”.

Kinnear y Taylor mencionan que el muestreo es un método que se utiliza con mucha frecuencia en lo que corresponde a las investigaciones de mercados por que ofrece algunos beneficios en comparación con la realización de un censo.

- Una muestra ahorra dinero

El costo de una entrevista personal es muy alta y si se le aplica a más de un millón de personas como detalla la población o universo dentro de un censo, este saldría demasiado costoso, pero al utilizar el método del muestreo ese universo se minimiza a un subconjunto de esa población, lo que haría disminuir el costo de las entrevistas que se vayan a realizar.

- Una muestra ahorra tiempo

Este método ahorra tiempo puesto que al minimizar ese universo poblacional a una muestra, esto haría que la empresa que vaya a realizar las entrevistas lo haga en un tiempo más corto, puesto que un censo poblacional toma un largo tiempo debido a las capacitaciones a los entrevistadores, por la impresión del material necesario y hasta eso el problema o lo que se quería averiguar con las entrevistas capaz ya se haya olvidado o cambiado.

- Una muestra puede ser más exacta

Cuando se realizan censos estos necesitan de un personal muy amplio para que puedan convertir los resultados de las entrevistas en datos en el computador, lo que eleva el margen de errores no muestrales, en cambio con el método de la muestra ese margen de error es menor puesto que se necesita de menos personal lo que ayudaría a obtener resultados más exactos.

2.5 TÉCNICA DE MUESTREO

2.5.1 Muestreo probabilístico aleatorio

Se utiliza este método puesto que no se encontraron diferencias en lo que corresponde a la característica de la población cuando se realizó el perfil del usuario. Esto se concluyó en base a lo detallado por Hernández, Fernández y Baptista en su libro Metodología de Investigación, 2010.

2.5.2 Muestreo sin reemplazo

Un muestreo sin reemplazo es aquella que no se devuelve los elementos extraídos a la población hasta que no se hallan extraídos todos los elementos de la población que conforman la muestra. Esto quiere decir que ese elemento será solo tomado en cuenta una sola vez y no se repetirá.

2.5.3 Método de selección de la muestra

Para poder obtener el tamaño de la muestra que en este caso serían las personas que utilizarían los servicios ofrecidos por el centro de entrenamiento físico, se ha determinado que esta será una población finita porque basados en el estudio previo se pudo conocer con exactitud el tamaño de la población.

Para obtener la muestra de la Parroquia Manta (28.541 rango de edades entre 15 a 54 años – grupo objetivo), se tendrá que aplicar la siguiente fórmula matemática ya que si se conoce el tamaño de la población.

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

n = Corresponderá al tamaño de la muestra.

N = Universo o Población.

Z^2 = es el valor obtenido según el nivel de confianza o de significancia con el que se desea elaborar la estimación. Basado en la tabla Z un valor del 95% de confianza equivale al 1.96.

$N - 1$ = Es la corrección que se va a utilizar cuando son muestras grandes.

e = es el error máximo que se admitirá en términos de proporción que en este caso será del 5%.

p = es la variabilidad positiva con la que se aceptó la hipótesis, como es desconocida se le establece un valor de 0.50.

q = es la variabilidad negativa con la que se rechaza la hipótesis, como es desconocida se le establece un valor de 0.50.

La suma de p y q debe dar siempre un valor de 1, en este caso al no existir un antecedente previo de la investigación o no se pudo realizar otras pruebas, en estos casos tanto la variabilidad positiva y negativa deben reflejar un valor de 0.5.

Datos obtenidos del libro Metodología de Investigación de Hernández, Fernández y Baptista, 2010.

$$n = \frac{(1.96)^2 (0.50) (0.50) 17.581}{0.0025 (17.581-1) + (0.50) (0.50) (1.96)^2}$$

$$n = \frac{16.8847924}{44.9104}$$

n = 0.375966199

n = 376 encuestas

2.6 SELECCIÓN DE LA INFORMACIÓN

2.6.1 Información Primaria

La información primaria que se utilizó en esta investigación se la obtuvo de 3 métodos diferentes que son: encuestas, entrevistas a expertos (Propietarios de gimnasios) y por medio de la observación directa.

2.6.2 Encuestas

Las encuestas fueron aplicadas a 376 personas según el tamaño de la muestra que se calculó anteriormente.

Este tipo de método ayuda en la obtención de información necesaria, para la cual se tuvo que elaborar un cuestionario de preguntas que permitirán a la empresa conocer mejor el comportamiento del mercado, los precios que están dispuestos a pagar los futuros clientes, el tipo de servicios que prefieren o el rango de edades que frecuentan un centro de entrenamiento físico, etc. De esta manera la empresa al conocer a su mercado objetivo tendrá la posibilidad de adaptar los servicios que va ofrecer a este tipo de demanda en el cual se va a desenvolver.

2.6.3 Formato de encuestas

Ver (Anexo1, Formato de Encuestas)

2.7 PRESENTACION DE LOS RESULTADOS

Se realizaron 376 encuestas a los ciudadanos de Manta para conocer el comportamiento de dicho mercado, sus preferencias y gustos acerca de los centros de entrenamiento físico.

Las encuestas fueron realizadas en los meses de junio y julio del año 2014.

1. ¿Ha asistido alguna vez a un Centro de Entrenamiento Físico?

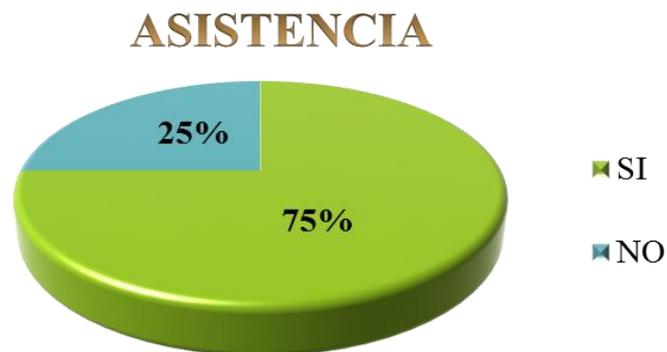


Gráfico 18 Asistencia a centros de entrenamiento físico

Elaborado por: autores del proyecto

Si su respuesta fue SI, especifique el Sector:

SECTORES

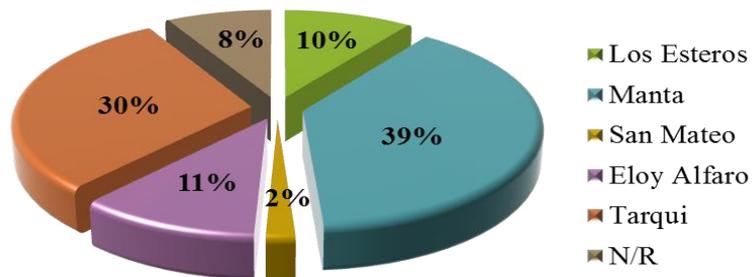


Gráfico 19 Sectores

Elaborado por: autores del proyecto

Análisis

Se puede analizar que el 75% de los encuestados si han asistido a un centro de entrenamiento físico. También se puede observar que el 39% de las personas han acudido a un centro de entrenamiento en la Parroquia Manta y un 30% en la Parroquia Tarqui, esto se debe a que son las Parroquias más representativas de la ciudad. A pesar de que hay bastantes gimnasios dentro del área donde se va a implementar el proyecto, ninguno es una amenaza directa.

Cada vez son más las personas que se interesan por asistir algún centro de entrenamiento para mejorar su apariencia y cuidar su salud, hay que tener en cuenta que al asistir a un gimnasio traerá más beneficio que el realizar alguna rutina en casa, ya que en un centro de entrenamiento físico se contara con un instructor el cual ayudara al usuario a seguir una rutina correcta de ejercicios para tonificar el área del cuerpo que se necesite.

2. ¿Actualmente, asiste a algún Centro de Entrenamiento Físico?

ASISTENCIA EN LA ACTUALIDAD

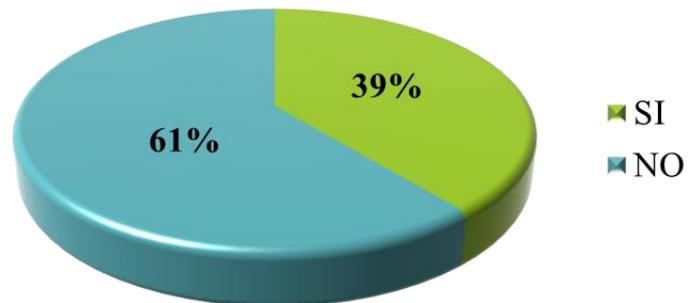


Gráfico 20 Asistencia en la actualidad a centros de entrenamiento
Elaborado por: autores del proyecto

Si su respuesta fue NO, elija una de las siguientes razones:

RAZONES

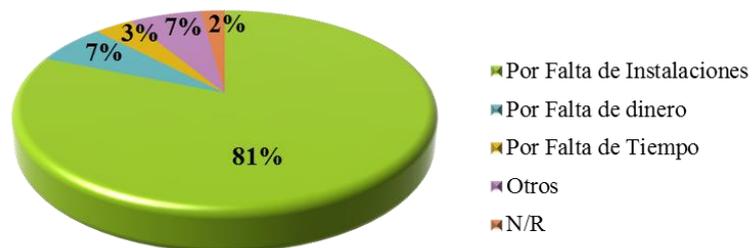


Gráfico 21 Razones
Elaborado por: autores del proyecto

Si su respuesta fue SI, ¿en qué horarios asiste regularmente? Especifique la hora.

HORARIOS DE ASISTENCIA

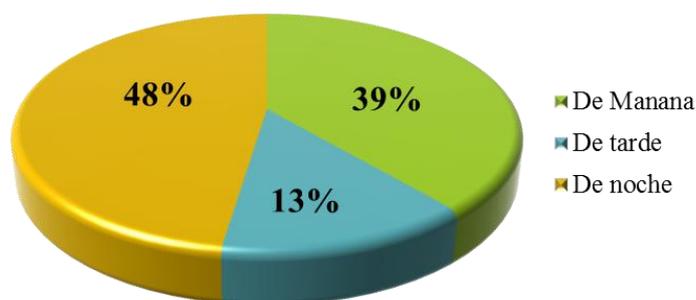


Gráfico 22 Horarios de asistencia
Elaborado por: autores del proyecto

Análisis

Según las encuesta el 61% de las personas no asisten actualmente a un centro de entrenamiento físico, su principal razón es por la falta de instalaciones que carece la ciudad de Manta, por esta razón los encuestados en un 81% coinciden al decir que es por ese motivo que las personas no se ejercitan porque la ciudad no cuenta con las instalaciones necesarias, sin embargo el 39% de las personas que si asisten a ejercitarse prefieren acudir en el horario de las noches después de estar libres de sus labores cotidianas, el 48% de los encuestados respondieron eso mientras que el 39% respondió que prefieren el horario de las mañanas por esa razón se les debe ofrecer un lugar cómodo para que después de sus rutinas de ejercicios puedan cambiarse de ropa y salir listos para empezar su jornada laboral, un lugar con vestidores donde puedan mantener su ropa de trabajo limpia y sin miedo a que se pueda maltratar así el cliente no tendrá la necesidad de retornar hacia su hogar para alistarse para su trabajo.

3. De la siguiente lista, ¿qué servicios le gustaría encontrar a disposición en un centro de entrenamiento físico en Manta?

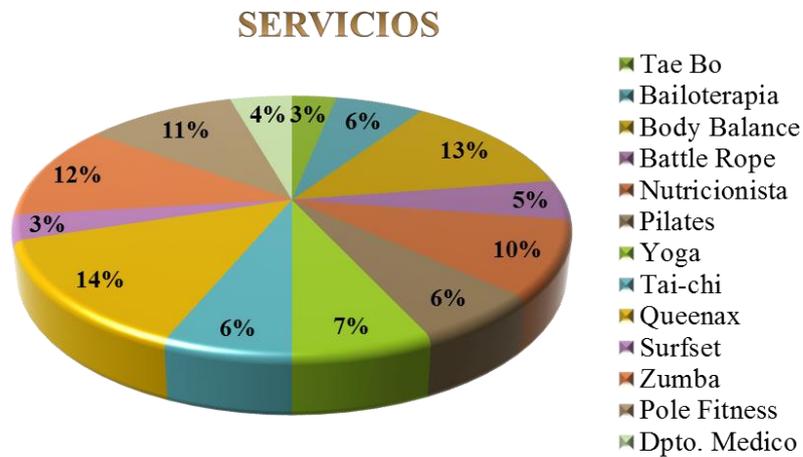
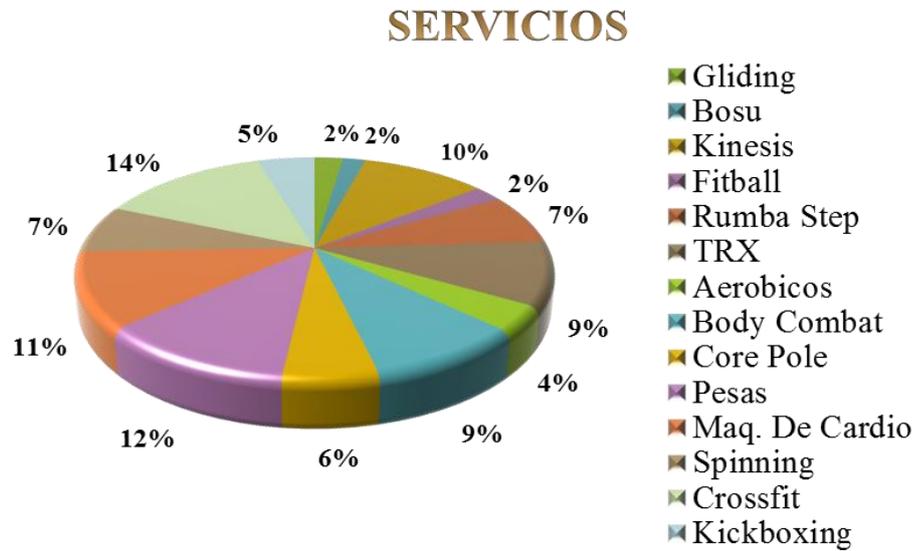


Grafico 23 Lista de servicios
Elaborado por: autores del proyecto

Análisis

Con esta pregunta lo que se desea analizar es cuales son los servicios que más desean los habitantes de la ciudad de Manta en el nuevo centro entrenamiento físico.

Los encuestados en un 14% respondieron que les gustaría encontrar en el nuevo gimnasio servicios de crossfit ya que hoy en día es una rutina casi completa en la cual se quema una gran cantidad de calorías ya que es un tipo de entrenamiento de ejercicios funcionales constantemente variados y también desearían el ejercicio llamado Queenax el cual es un entrenamiento también funcional, que se realizan dentro de una jaula y ayuda a tonificar los músculos del cuerpo debido a que se trabaja fuerza, resistencia y a su vez velocidad.

Los que también tuvieron mucha acogida por parte de los encuestados fueron los servicios como: Body Balance con (13%), máquinas de musculación o pesas y Zumba con (12%), máquinas de cardio y Pole fitness con (11%), Kinesis y nutricionista con el (10%), Body Combat y TRX con (9%), Rumba step, Spinning y Yoga (7%), Core Pole, Bailoterapia, Tai-chi y pilates con el (6%).

Basados en los resultados de esta pregunta se tomara la decisión para el tamaño de cada una de las zonas que estarán a disposición de los usuarios dentro del centro de entrenamiento físico.

4. ¿Cree usted que los centros de entrenamiento físico que existen actualmente en la ciudad de Manta poseen las instalaciones y el equipamiento idóneo para la práctica de esta actividad?

INFRAESTRUCTURA Y EQUIPAMIENTO ADECUADO

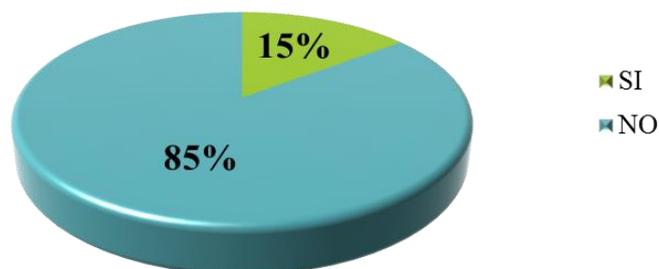


Gráfico 24 Equipamiento adecuado

Elaborado por: autores del proyecto

Análisis

Lo que se pudo analizar con este resultado es que el 85% de las personas encuestadas piensan que los gimnasios que actualmente ofrecen los servicios a los ciudadanos de Manta no poseen las instalaciones ni el equipamiento adecuado para la práctica de este tipo de ejercicios siendo esto lo primero que se fijan los clientes a la hora de elegir dónde ir a ejercitarse, mientras un lugar cuente con excelentes instalaciones y maquinarias no cabe duda que es a ese lugar al que asistirán.

Manta es una ciudad pequeña y lamentablemente los pocos gimnasios que hay no cuentan con una excelente infraestructura es por eso que el objetivo del proyecto es satisfacer a esa demanda insatisfecha que existe actualmente en la ciudad.

5. ¿Si existiere actualmente un centro de entrenamiento físico en la ciudad de Manta que ofrezca todos los servicios detallados en la pregunta 3, asistiría?

ACEPTACION

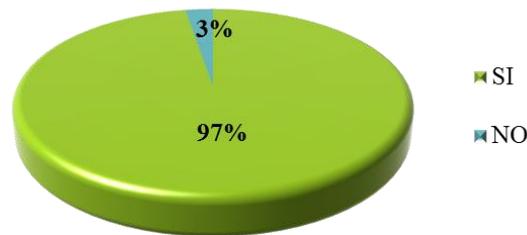


Gráfico 25 Aceptación del proyecto
Elaborado por: autores del proyecto

Si su respuesta fue SI, ¿Le gustaría que el cobro mensual de dicho establecimiento sea por un paquete de servicios “Todo incluido” o que se cobre por servicios individuales?

FORMAS DE PAGO



Gráfico 26 Formas de pago
Elaborado por: autores del proyecto

Análisis

El aspecto económico es lo primero que consideran los usuarios al momento de acudir a un centro de entrenamiento físico ya que para cualquier persona lo que primero se desea conocer es cuanto se pagara por los servicios que adquirirá y si le convendrá o no, sin embargo un 97% de los encuestados estarían dispuesto a asistir a un centro de entrenamiento físico donde encuentren una diversidad de servicios como los mencionados anteriormente.

Un 78% respondió que les gustaría pagar por un servicio todo incluido, puesto que esto les parece más atractivo ya que así tendrán la posibilidad de realizar diversas actividades por un mismo valor.

6. Si su respuesta anterior fue SI a Cobro por paquete de servicios “Todo incluido”, ¿cuánto estaría dispuesto a pagar por una cuota mensual en un centro de entrenamiento físico que ofrezca todos los servicios anteriormente mencionados?

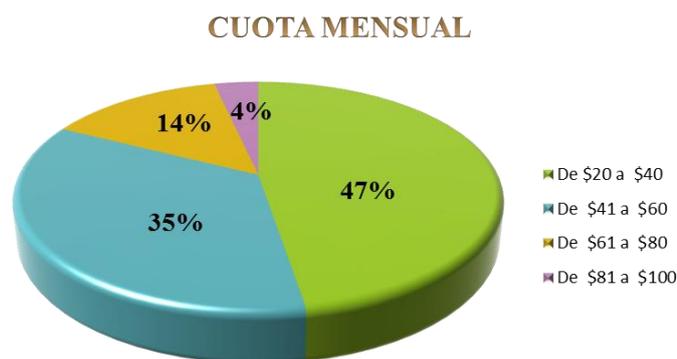


Gráfico 27 Cuota mensual
Elaborado por: autores del proyecto

Análisis

El 47% de los encuestados respondieron que estarían de acuerdo de cancelar el valor que se encuentra en el rango de 20 a 40 dólares, consideraron dicho valor razonable pagarlo por los servicios que ofrecerá el centro de entrenamiento físico, es por ello que los encuestados opinaron que no tendrían inconveniente de cancelar esa cuota mensual por un paquete todo incluido siempre y cuando el establecimiento ofrezca variedad de servicios para sus usuarios.

El 35% de los encuestados al momento de analizar el proyecto también encontró razonable el cancelar la tarifa que se encuentra en el rango de 41 a 60 dólares, puesto que consideran que actualmente cancelan un promedio de 35 dólares por un servicio ineficiente ya que consideran que las instalaciones de los actuales gimnasios no estarían al nivel de este nuevo centro de entrenamiento, en lo que corresponde a infraestructura moderna y diversidad de servicios.

Muchos de los usuarios buscan calidad a la hora de cancelar por algún tipo de servicio y eso es lo que se pretende con la implementación de este centro de entrenamiento físico que el usuario lo vea como una inversión a la hora de cancelar, mas no como un gasto, ya que disfrutara de la variedad de actividades que podrá desempeñar dentro del establecimiento como también de comodidad y seguridad.

7. Si la respuesta a la pregunta 5 fue "SI", ¿De cuánto tiempo dispone al día para asistir a un centro de entrenamiento físico?



Gráfico 28 Disponibilidad de tiempo
Elaborado por: autores del proyecto

Análisis

Según las encuestas que se les realizó a los ciudadanos de Manta se puede analizar que las personas a la hora de elegir un centro de entrenamiento físico toman en cuenta a parte de la diversidad de actividades, la infraestructura y la calidad del servicio, también el que posea horarios flexibles.

Es por esto que el 49% de los encuestados respondieron que asistirían por las noches alrededor de dos horas o más ya que cuentan con más tiempo disponible después de terminadas sus labores del día. Un 36% prefiere asistir en la mañana a realizar sus rutinas de ejercicios entre un tiempo máximo de 30 minutos a 1 hora antes de acudir a sus trabajos y una minoría del 15% prefiere asistir por la tarde disponiendo de 1 a 2 horas máximo para ejercitarse, este grupo de personas en su gran mayoría son estudiantes de colegios y universidades.

8. ¿Con que frecuencia asistiría a un Centro de Entrenamiento Físico?

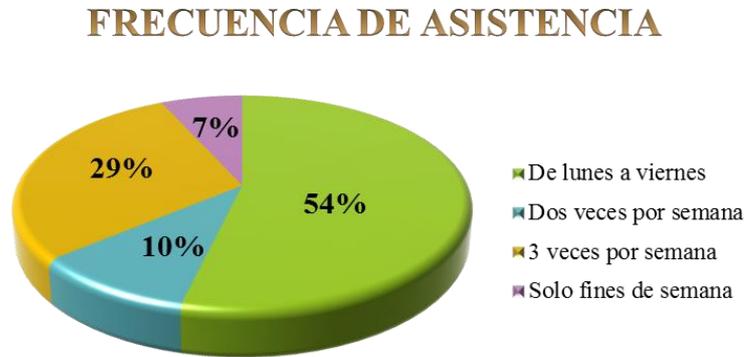


Gráfico 29 Frecuencia de asistencia
Elaborado por: autores del proyecto

Análisis

Según los encuestados un 54% estaría dispuesto asistir a un gimnasio de lunes a viernes y una minoría del 7% estaría dispuesto asistir solo los fines de semana.

Existe una gran cantidad de personas que actualmente acuden a los gimnasios de la ciudad tres veces por semana (29%) y dos veces a la semana (10%), esto se debe a que el usuario no le encuentra un atractivo a los establecimientos que funcionan en la ciudad, por esa razón es que muchas personas ven más conveniente cancelar diariamente por usar los servicios de esos locales ya que ven desfavorable el pago de una mensualidad cuando saben que no asistirán de lunes a viernes, es por eso que con la apertura de este nuevo centro de entrenamiento se busca despertar nuevamente esas ganas de la gente de querer ejercitarse ofreciéndoles algo novedoso y nunca antes visto en la ciudad de Manta.

Datos adicionales:

Edad (años):

RANGO DE EDADES

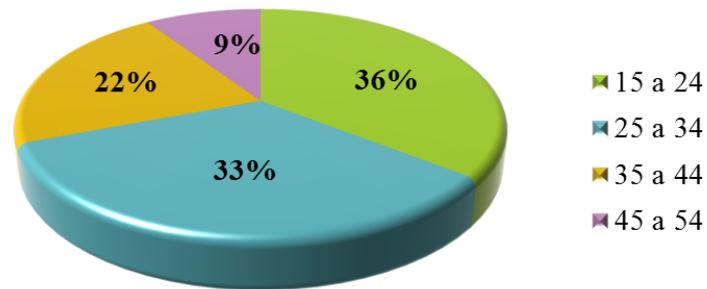


Gráfico 30 Rango de edades
Elaborado por: autores del proyecto

¿Cuál es el nivel de ingreso que Ud. Percibe mensualmente?

INGRESOS ECONOMICOS

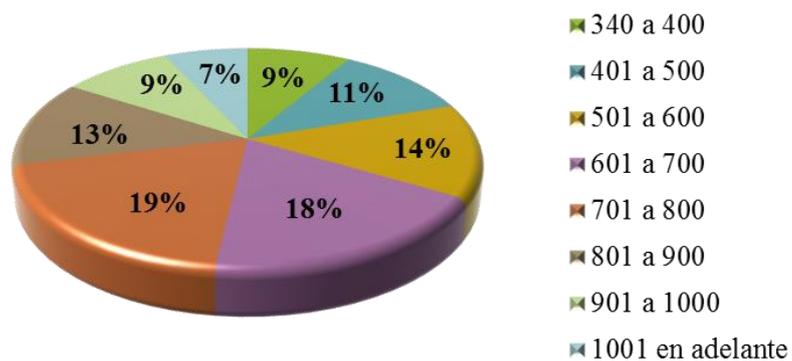


Gráfico 31 Ingresos económicos
Elaborado por: autores del proyecto

Sexo:

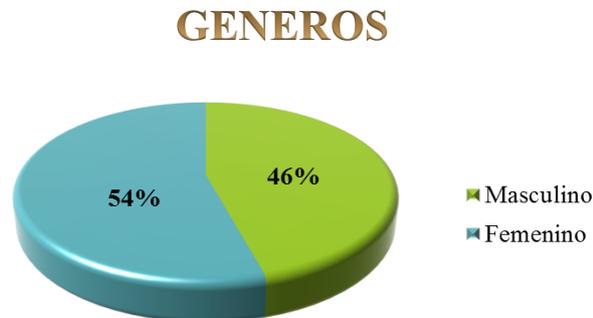


Gráfico 32 Géneros
Elaborado por: autores del proyecto

Análisis

Como se puede observar el nuevo centro de entrenamiento físico tendrá clientes en su gran mayoría entre las edades de 15 a 24 años (36%) y de 25 a 34 años (33%) lo que permite analizar que el establecimiento contara con un porcentaje significativo de clientes jóvenes.

El 75% de los encuestados a los que se los considera como clientes potenciales de nivel socioeconómico medio perciben un ingreso económico entre el rango de \$400 a \$900 dólares, el 16% restante posee un nivel socioeconómico medio alto/alto que perciben un ingreso económico entre el rango entre \$900 a 1000 dólares en adelante, considerando de esta forma que estos dos grupos están en la capacidad de cancelar un precio moderado para disfrutar de la diversidad de servicios que ofrecerá el nuevo centro de entrenamiento físico. El otro 9% posee un ingreso económico entre \$340 a \$400 dólares el cual en relación a los demás se lo podría ver como poco pero eso no les impedirá el poder asistir y disfrutar de los beneficios del establecimiento al igual que los demás ya que solo necesitaran destinar un pequeño porcentaje de ese ingreso para poder cubrir la mensualidad.

Se pudo concluir basados en estos resultados de que los ciudadanos de Manta si poseen la capacidad de cancelar el valor económico por los servicios que se ofrecerán, el inconveniente que han tenido ellos a lo largo de estos años es el no contar con un establecimiento que tenga infraestructura y maquinaria adecuada que es lo que primero exigen como clientes.

Basados en los resultados del genero de los encuestados, se pudo analizar que el 54% de las personas pertenecen al género femenino y el 46% al género masculino. Al parecer son las féminas las que con más frecuencia acuden al gimnasio, demostrando así que son ellas las que más se preocupan por su aspecto físico y el cuidado de su salud, es por eso que dentro de estos negocios fitness se puede observar más personas del género femenino que masculino realizando sus rutinas de ejercicios.

2.8 ENTREVISTAS

Se realizó una encuesta destinada a los propietarios de gimnasios multifuncionales de la ciudad de Guayaquil ya que en la ciudad de Manta que es donde se va a poner en marcha el proyecto no existen negocios de este tipo a gran escala, por esa razón se realizó esta entrevista con el propósito de poder conocer el manejo operativo y administrativo de este tipo de establecimientos, identificar los servicios que estos ofrecen a sus clientes, también saber qué tipo de equipamiento utilizan y el diseño de sus infraestructuras.

2.9 FORMATO DE ENTREVISTAS

Este formato de entrevistas va dirigido tanto a los propietarios de gimnasios en la ciudad de Guayaquil como de la ciudad de Manta. (Ver Anexo2, Formato de Entrevistas).

2.9.1 Entrevista realizada al Gerente propietario del Gimnasio Taurus de la ciudad de Guayaquil, señor Leonardo Quezada.

La entrevista al señor Leonardo Quezada se la realizo el día miércoles 18 de Junio del año 2014, de la cual se pudo obtener la siguiente información:

Su gimnasio cuenta con un terreno de 1.050 mts² en donde su área de construcción es de 3.150 mts² (1.050mts² en la planta baja, 1.050mts² primer piso y 1.050mts² en el segundo piso) pero que solamente utiliza para actividades físicas un área de 2.100 mts², el resto de espacio es utilizado para las áreas de ventas y gerencia.

Nos explicó que la recuperación de la inversión de su negocio estima que se cumpla en unos 7 años, puesto que posee una inversión de más de un millón de dólares, posee alrededor de 3 trabajadores en el área administrativa y 2 en el área operativa esto quiere decir 2 instructores uno de aeróbicos y otro de bailo terapia, los cuales poseen títulos profesionales de cultura física como lo exige la ley. Nos comentó que él no paga sueldos a su personal operativo, ellos cobran un valor determinado por cada clase impartida.

A su gimnasio asisten personas en un 50% entre e las edades de 17 a 27 años, un 25% están entre las edades de 27 a 37 años y el otro 25% se reparten entre las demás edades. Los horarios de mayor afluencia de clientes son de 6:00am a 9:00am y de 18:00pm a 21:00pm. Su negocio posee una capacidad instalada de 2.000 personas pero actualmente solo trabaja con el 50% de su capacidad total puesto que cuenta con 1.000 personas inscritas. La forma de pago que ha establecido para su local es: diario, mensual y trimestral.

El mantenimiento de las maquinas se realiza cada tres semanas en los que corresponde a máquinas de cardio como las caminadoras, cada dos semanas a las máquinas de fuerza y su gasto por este mantenimiento es del 1% de los ingresos mensuales del gimnasio. También nos comentó que por

servicios básicos esto quiere decir agua, luz y teléfono es de 1.000 dólares mensuales. Su estrategia de precios es la de cobrar poco y ganar por volumen.

El personal del gimnasio recibe capacitaciones 2 veces al año, la asistencia de clientes es equilibrado 50% masculino – 50% femenino y también nos mencionó que en las vacaciones escolares y universitarias es donde es cuando más clientes recibe el establecimiento.

2.9.2 Entrevista realizada a personal administrativo del Gimnasio Gold's Gym de la ciudad de Guayaquil, Señor Michael Guerrero.

En la ciudad de Guayaquil a los 19 días del mes de Junio del 2014 se realizó una entrevista al Sr. Michael Guerrero trabajador del GOLD`S GYM el cual amablemente respondió a nuestras preguntas.

El GOLD`S GYM tuvo apertura en el año 2003, en sus inicios contaban con 3 tipos de horarios de 05:30 a 13:30, 07:00 a 15:00 y 15:00 a 23:00; cuenta con 2 personales administrativos y con 9 instructores, 5 instructores ayudan a los clientes de las mañanas y 4 a los que acuden en las noches.

Los 9 instructores con lo que cuenta este gimnasio perciben un sueldo fijo por sus labores, alcanzándose entre ellos atender a un total de 300 clientes a la semana, a este mismo personal se lo capacita cada 3 meses.

La principal publicidad que realiza GOLD`S GYM es en canal UNO (medio televisivo) y en el diario El Universo (medio escrito), adicional maneja cuentas en redes sociales Facebook, Twitter e Instagram para que todos los usuarios que navegan por estas redes puedan conocer los servicios que ofrece el gimnasio.

La afluencia de clientes se la puede constatar por las noches, y el rango de edades entre los que acuden a este centro de entrenamiento esta entre los

15 años de edad hasta los 70 años y los cuales se registran a lo que ingresan al establecimiento con su huella digital.

Las máquinas que tienen para el uso de sus clientes son importadas, las mismas que se les da mantenimiento todo los días por el personal que trabaja en el mismo local.

El GOLD`S GYM cuenta con un departamento de asesoría nutricional para guiar al cliente a una mejor alimentación según su rutina de ejercicios.

El cobro que reciben por los servicios que ofrecen son mensuales \$70.00, trimestral \$155.00, semestral \$290.00 y anual \$500.00, estos precios son sin IVA y dicho valor no incluye el casillero y la inscripción a este centro de entrenamiento no tiene costo alguno.

Actualmente se conoce que tienen inscrito alrededor de 1000 personas y la época en donde se refleja más afluencia de clientes son en las vacaciones escolares y en temporada de playa.

Se realizó de la misma manera una entrevista a los propietarios de los 10 gimnasios que actualmente operan en la ciudad de Manta para poder obtener la información necesaria para la determinación de la demanda insatisfecha en esa ciudad.

2.10 OBSERVACIÓN DIRECTA A LOS GIMNASIOS Y A LA INFRAESTRUCTURA DE LA CIUDAD DE MANTA

Como la ciudad de Manta posee un número reducido de establecimientos que se dedican al negocio del fitness, se pudo realizar una observación directa de estos establecimientos, se visitaron 10 gimnasios, a continuación se detallaran sus nombres y los servicios que ofrecen en sus instalaciones.

- Gimnasio Gym Mega Muscle Fitness

Se encuentra ubicado en la calle 28 entre avenida 30 y Flavio Reyes. Ofrece servicios de aeróbicos, pesas, baño turco y taekwondo. Su cuota mensual es de 35 dólares.

- Gimnasio King World

Se encuentra ubicado en la Av. 11 entre las calles 13 y 14 en el C.C. las américas 3er piso. Ofrece servicio de pesas, hap-kido artes marciales y box. La cuota mensual es de 30 dólares.

- Gimnasio Olympus

Cuenta con atención personalizada, con servicios de sauna, crossfit, spinning, sala de baile terapia, y máquinas de musculación. Se encuentra ubicado en la ciudadela Universitaria vía al hotel Howard Johnson. Atienden de lunes a viernes de 6:00am a 12:00am y de 15:00pm a 21:00pm. La cuota mensual es de 25 dólares solo aeróbicos - máquinas y 35 dólares servicio todo incluido.

- Gimnasio Manos Unidas

Se encuentra ubicado en la Av. 4 de noviembre entre las calles 115 y 116 frente a hielo polar. Solo ofrece servicio de maquinarias para musculación y cardiovasculares. Cuota mensual de 25 dólares.

- Total Gym

Se encuentra ubicado en el Barrio Miraflores atrás de la policía nacional de la ciudad de Manta, Posee áreas de aeróbicos, masajes, musculación, crossfit, sauna y spinning. Es un gimnasio con una infraestructura de 3 pisos y la cuota mensual es de 35 dólares.

- Gps Gym

Se encuentra ubicado en la ciudadela Ursa en la calle 111 en Manta, ofrece servicios de baile terapia, aeróbicos y máquinas de musculación. La cuota mensual es de 30 dólares.

- OceanGym and Fitness

Se encuentra ubicado en la vía a San Mateo ciudadela Barbasquillo frente al UPC de la Policía Nacional en Manta. Atienden de lunes a viernes de 6:00 a 12:00 y de 15:00 a 22:00 y sábados de 8:00 a 12:00. Ofrece el servicio de ayuda de un instructor donde al usuario lo ayudan con un plan de entrenamiento durante la semana, servicios de spa duchas, casilleros, vestidores y máquinas de musculación, cardiovasculares, baile terapia, aeróbicos. La Cuota mensual es de 35 dólares en un servicio todo incluido.

- Atlas Gym

Se encuentra ubicado en la Av. 18 entre las calles 12 y 13 de la ciudad de Manta. Ofrece servicios de acondicionamiento físico integral, aeróbicos, pesas, baile moderno, coreografías y danzas folclóricas. Cuota mensual de 25 dólares.

- Gimnasio los Dragones

Se encuentra ubicado en la Av. 105 entre las calles 105 y 106 diagonal a la Iglesia El Rosario de Tarqui en Manta. Ofrece servicios de aeróbicos, físico culturismo, defensa personal, TaeKwondo, máquinas de musculación y sauna. La cuota mensual es de 30 dólares.

- Tawer Gym

Se encuentra ubicado en la avenida 23 y calle 13 de la ciudad de Manta, ofrece únicamente máquinas de pesas y baile terapia. La cuota mensual es de 25 dólares.

Como conclusión de la observación directa se pudo determinar que los gimnasios localizados en la ciudad de Manta no cuentan con una variedad de servicios y además la infraestructura no es la idónea para este tipo de negocios fitness, puesto que en la mayoría se pudo observar que los espacios son muy reducidos y los diseños son muy básicos, no hay un atractivo que ayude a atraer a nuevos clientes.

También se pudo analizar que el personal operativo de cada uno de los gimnasios de esa ciudad es reducido, no superan el rango de 3 empleados fuera del área administrativa que en la mayoría de los casos son dirigidas por los mismos dueños de los establecimientos. El horario de atención se pudo analizar que es en la gran mayoría de locales desde las 6 de la mañana hasta el mediodía, luego de eso los gimnasios cierran sus puertas para luego re abrir a las 3 o 4 de la tarde hasta las 9 de la noche puesto que en la mayoría de esas zonas donde se encuentran funcionando el servicio de transporte urbano es hasta esa hora.

El valor diario fijo en todos los gimnasios de la ciudad de Manta es de 1.50 dólares por usar los servicios del establecimiento.

2.11 OBSERVACIÓN DE LA INFRAESTRUCTURA DE LA CIUDAD DE MANTA

La ciudad de Manta posee pocas áreas de recreación para la ciudadanía, luego de una observación directa de la ciudad se detectó que la ciudad posee 50 parques los cuales están dirigidos a la recreación infantil, existen 17 complejos deportivos que en su gran mayoría solo sirven para el uso de deportes como el fútbol, el cual es practicado en gran parte por el sexo masculino, reduciendo la posibilidad para que las féminas puedan realizar algún tipo de trabajo físico. No cuenta con parques con adecuaciones especiales para las personas que desean realizar ejercicios físicos muy aparte de los deportivos, recordemos que no todas las personas poseen una habilidad para realizar algún deporte y a otros simplemente no les gusta, no

existen caminaderas o zonas para trotar, andar en bicicleta ni máquinas para ejercitarse como si existen en la gran mayoría de parques de la ciudad de Guayaquil donde las personas además de encontrar áreas para caminar o trotar también encuentran este tipos de máquinas como las que se detallara a continuación en algunas figuras de varios parques de esta ciudad la cual se ha tomado como referencia.



Grafico 33 Parque Clemente Yerovi (cdla. Kennedy, av. Del Periodista)
Fuente: (EL UNIVERSO, 2012)



Grafico 34 Puerto Lisa (calle Venezuela y la Octava)
Fuente: (EL UNIVERSO, 2012)



Grafico 35 Parque Jerusalén (Urdesa Central, av. Víctor Emilio Estrada)
Fuente: (EL UNIVERSO, 2012)



Grafico 36 Parque El Bosque (Los Ceibos, calle Dr. Carlos A. Arroyo del Rio)
Fuente: (EL UNIVERSO, 2012)



Grafico 37 Parque Los Esteros (Mzs. 1^a-2^a-18^a-19^a)
Fuente: (EL UNIVERSO, 2012)

2.12 ANÁLISIS DE LA DEMANDA

2.12.1 Demanda actual

El objetivo principal de este estudio de demanda actual es el de conocer los gustos y preferencias del mercado de la ciudad de Manta en lo que corresponde a la línea de negocio de los centros de entrenamiento físico. Se logró cuantificar el número de usuarios que actualmente usan este servicio y de los futuros clientes potenciales por medio de herramientas como las encuestas que ayudaron en la obtención de la información.

Para este estudio se tomó como universo la población de la parroquia Manta de la ciudad del mismo nombre, que corresponde a 51.265 habitantes pero para el cálculo de la muestra solo se tomaron en cuenta residentes entre las edades de 15 a 54 años que posean un nivel socioeconómico medio, medio

alto/ alto, el cual nos dio un universo de 17.581 personas que son los que utilizan este tipo de servicios fitness.

El tamaño de la muestra que arrojó el cálculo matemático fue de 376 personas a las cuales se le realizó la respectiva encuesta la cual constaba de 8 preguntas y que se realizó entre los meses de Junio y Julio en diferentes puntos estratégicos y de gran afluencia de público de la ciudad de Manta.

Una vez recopilada la información de las encuestas el siguiente paso a seguir fue el análisis de los datos, para esto se tuvo que recurrir a gráficos en Microsoft Excel para la tabulación de las mismas.

Una vez realizada la tabulación en Excel se pudo analizar que el 75% de los encuestados ha asistido una vez aunque sea a un centro de entrenamiento físico en su gran mayoría en sectores como los de la Parroquia Tarqui y Manta, el otro 25% respondió que nunca ha asistido a uno.

También se pudo conocer que actualmente el 39% de las personas acuden a un centro de entrenamiento físico en la ciudad de Manta y el 61% no lo hace, las razón que más predominó para que las personas no se ejerciten en alguno de los gimnasios de la ciudad es por la falta de instalaciones, eso respondieron el 81% de los encuestados.

El 97% de los encuestados respondió que si asistiría al nuevo centro de entrenamiento físico, con lo cual podemos analizar que se posee una gran aceptación por parte de los ciudadanos de Manta.

2.13 IDENTIFICACIÓN DE LA DEMANDA

Para poder identificar a la demanda actual, se ha tomado como base los habitantes de la Parroquia Manta entre las edades de 15 a 54 años que se encuentren en un nivel socioeconómico medio – medio alto/alto. Se hace

referencia a esta Parroquia en particular puesto que es donde se instalara el centro de entrenamiento físico.

Cabe recalcar que las zonas o áreas donde habitan personas del nivel socioeconómico medio alto/alto de la ciudad, se encuentran ubicadas dentro del perímetro de la Parroquia Manta. Estas zonas comprenden los sectores de Barbasquillo, Barrio el Murciélago, Barrio Córdova, Barrio Umiña y el sector de Plaza del Sol.

Tabla 8 Identificación de la demanda actual

DEMANDA ACTUAL	
DATOS	VALORES
POBLACION PARROQUIA MANTA - EDADES ENTRE 15 A 54 AÑOS	28541
NIVEL SOCIOECONOMICO MEDIO	54,5%
NIVEL SOCIOECONOMICO MEDIO ALTO / ALTO	7,1%
MERCADO OBJETIVO - POBLACION DE NIVEL SOCIOECONOMICO MEDIO / MEDIO ALTO	17581

Fuente: INEC Censo de Población y Vivienda 2010 (INEC, 2010)
Elaborado por: autores del proyecto

2.14 PROYECCIÓN DE LA DEMANDA

Tabla 9 Crecimiento poblacional de la Provincia de Manabí

CRECIMIENTO POBLACIONAL DE LA PROVINCIA DE MANABI

AÑO	MANABI	%
1950	401.378	
1962	612.542	53%
1974	817.966	34%
1982	906.676	11%
1990	1.031.927	14%
2001	1.186.025	15%
2010	1.369.780	15%
2014	1.481.940	8%
2016	1.510.375	2%
2019	1.549.796	3%

Fuente: INEC – ESPOL – (A2.14)
(ESPOL, 2004) - (INEC, La nueva cara sociodemográfica del Ecuador, 2012)
Elaborado por: autores del proyecto

Tabla 10 Crecimiento poblacional de la ciudad de Manta

CRECIMIENTO POBLACIONAL TOTAL DE LA CIUDAD DE MANTA

AÑO	MANTA	%
2001	192.322	
2010	226.477	18%
2014	247.463	9%
2016	253.441	2%
2019	261.713	3%

Fuente: INEC y ESPOL
(ESPOL, 2004) - (INEC, La nueva cara sociodemográfica del Ecuador, 2012)
Elaborado por: autores del proyecto

Basados en los datos del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC), de los Censos de Población y vivienda 2001 – 2010, Información de la Revista Analitika de esta institución y del Proyecto de Determinación y Análisis de los Impactos Socioeconómicos Debidos a los Trabajos de

Dragado en el Puerto Internacional de Manta en la Provincia de Manabí de la Universidad Espol de la ciudad de Guayaquil publicado en el año 2004. Podemos analizar que la Provincia de Manabí del año 2010 al 2019 tendrá un crecimiento poblacional del 13% y que la ciudad de Manta crecerá en un 14% en esos años respectivamente, ya que no se pudo encontrar datos históricos estadísticos del crecimiento de la zona urbana y de la población de la Parroquia Manta que es donde se instalara y funcionara el proyecto, se tuvo que tomar como referencia la población total de la ciudad.

2.15 SEGMENTO DE MERCADO

El segmento de mercado al cual ira dirigido el proyecto en este caso el del centro de entrenamiento físico específicamente será para los habitantes de la Parroquia Manta de la ciudad de Manta.

Se eligió este sector puesto que se encuentra cerca de la playa el murciélago es una zona turística, comercial y hotelera, donde se dispone de todos los servicios básicos necesarios, es de fácil acceso puesto que transita por ese lugar el transporte público, taxis o vehículos particulares, es una zona de clase media, además cuenta con 51.265 habitantes que corresponde al 23% de la población total de la ciudad de Manta en lo que corresponde a la zona urbana, también porque se encuentra cerca de la Parroquia Tarqui que es la que posee mayor número de habitantes, específicamente 73.068 que corresponden al 33% de la totalidad de la población urbana de la ciudad.

2.16 MERCADO META

Para este proyecto se considerara como clientes potenciales a todas las personas entre el rango de edades de 15 a 54 años que posean un nivel económico medio – media alto.

Al inicio del proyecto se tiene pensado atender a un promedio de 692 personas mensualmente, a las cuales se les brindara todos los servicios del centro de entrenamiento físico con un horario de atención de lunes a viernes de 6:00 a 13:00 y de 15:00 a 21:00 y los sábados de 8:00 a 12:00.

En un futuro se estima poder cubrir un máximo de 1000 personas al mes.

2.17 ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA

Actualmente en la ciudad de Manta existen funcionando 10 gimnasios repartidos en las diferentes parroquias de la ciudad.

Basados en la observación directa que se hizo de los 10 establecimientos que se encuentran actualmente en funcionamiento, se pudo concluir que:

- 10 gimnasios ofrecen los servicios de máquinas para musculación, cardiovascular, clases de aeróbicos y bailo terapia como servicios principales.
- Servicio de spa solo ofrece un establecimiento (OceanGym and Fitness)
- Servicio de Sauna 5 gimnasios (Mega Muscle, King world, Dragones, Olympus, Total Gym)
- Baño Turco 1 solo gimnasio (Mega Muscle)
- Servicio de spa solo 1 gimnasio (OceanGym and Fitness)
- 3 gimnasios ofrecen servicios de Defensa personal y artes marciales (King World, Mega Muscle y Dragones)
- 2 gimnasios ofrecen servicio de Crossfit (Olympus y Total Gym)
- Servicio de spinning 2 gimnasios (Olympus y Total Gym)

2.18 ANALISIS PEST

El presente análisis tiene como finalidad determinar los factores externos que pueden afectar el proyecto, conocer el entorno en cual se va a desarrollar el mismo y de esta manera se busca la adaptación y preparación del mismo, creando una fortaleza de posibles debilidades.

2.18.1 Factores Políticos

Según la Constitución de la República del Ecuador en su artículo primero dice que el Ecuador es un Estado constitucional de derechos y justicia, social, democrático, soberano, independiente, unitario, intercultural, plurinacional y laico. Se organiza en forma de república y se gobierna de manera descentralizada.

La soberanía radica en el pueblo, cuya voluntad es el fundamento de la autoridad, y se ejerce a través de los órganos del poder público y de las formas de participación directa previstas en la Constitución.

Los recursos naturales no renovables del territorio del Estado pertenecen a su patrimonio inalienable, irrenunciable e imprescriptible.

En el Ecuador existen 5 funciones del estado la función legislativa que es aquella que esta delegada por el presidente de la república, además existen la función legislativa, la función judicial, la función electoral y la Función de Transparencia y Control Social.

2.18.1.1 Estabilidad política del Ecuador

En el país se elige al Presidente de la República y a su Vicepresidente en binomio conjunto para un mandato de cuatro años. El Presidente de la República designa a los ministros de Estado y a los gobernadores de cada provincia.

Desde que se usó el sistema democrático a través de elecciones para designar al jefe de estado por un período de tiempo, han sido numerosas las intervenciones que ha realizado el ejército para derrocar gobiernos democráticos y establecer dictaduras fundamentadas en el control de la fuerza. Los golpes de estado han sido una constante con todos los daños para el adecuado desarrollo económico del país, el 2013 asumió la presidencia de la república el actual mandatario elegido por tercera vez lo que le permitirá completar 10 años en esta función del estado. En el siglo pasado se dieron dos etapas en las que la democracia se consolidó. Entre 1944 y 1960 todos los presidentes elegidos terminaron sus períodos. Igual ocurrió entre 1979 y 1996. Además de la estabilidad del sistema, en estos casos se dio la alternabilidad pues ninguno de los presidentes fue reelegido. Entre 1996 y el 2006 hubo una crisis en la democracia Ecuatoriana debido a que ninguno de los mandatarios elegidos terminaron sus mandatos en promedio cada mandatario solo estuvo 1.9 años en el poder (Acosta, 2006).

Actualmente es saludable para las inversiones esta etapa de estabilidad ya que quien ejerce el poder puede empezar y terminar proyectos económicos. Un ejemplo claro es que desde la década de los setenta, la economía de nuestro país ha dependido del petróleo y la variación de su precio en el mercado internacional ha sido influenciado en la decisiones de los gobernantes, En los últimos años el petróleo ha tenido tan elevado precio en el Ecuador nunca antes visto esto debido a que las políticas de estado no han sido variantes.

2.18.1.2 Política comercial

En el país se logró disminuir a 145,4 millones de dólares las importaciones en el primer trimestre de este año 2014 y a su vez creció a 382,4 millones de dólares en sus exportaciones, con un crecimiento notorio en los productos no petroleros, según datos del Banco Central del Ecuador.

La balanza comercial alivia al mercado ecuatoriano con 437,7 millones de dólares, una cifra que es 587% mejor que la registrada en mismo período del año anterior 2013, cuando el país tuvo una balanza negativa de 90,1 millones de dólares.

A continuación la gráfica presentado por el Banco central del Ecuador:

Tabla 11 Balanza Comercial del Ecuador

BALANZA COMERCIAL (1)
Toneladas métricas en miles y valor USD FOB en millones

	Ene - Mar 2011		Ene - Mar 2012		Ene - Mar 2013		Ene - Mar 2014		Variación 2014 / 2013	
	Valor TM	Valor USD FOB	Valor TM	Valor USD FOB						
Exportaciones totales	7,141	5,344.03	7,281	6,205.42	7,231	6,221.54	7,528	6,603.94	4.1%	6.1%
<i>Petroleras</i>	4,982	3,104.0	5,106	3,802.1	4,967	3,520.1	5,210	3,560.3	4.9%	1.1%
<i>No petroleras</i>	2,159	2,240.0	2,175	2,403.3	2,265	2,701.4	2,318	3,043.7	2.4%	12.7%
Importaciones totales	3,378	5,077.1	3,460	5,762.5	3,851	6,311.6	4,077	6,166.2	5.9%	-2.3%
<i>Bienes de consumo</i>	281	1,014.3	283	1,188.5	205	1,120.3	280	1,056.8	36.2%	-5.7%
<i>Trafico Postal Internacional y Correos Rápidos (2)</i>	n.d.	30.7	n.d.	39.5	1.1	48.9	1.1	53.4	-0.8%	9.2%
<i>Materias primas</i>	1,813	1,641.6	1,915	1,824.7	2,057	1,941.2	1,985	1,795.3	-3.5%	-7.5%
<i>Bienes de capital</i>	128	1,319.1	133	1,550.5	143	1,647.9	138	1,587.5	-3.5%	-3.7%
<i>Combustibles y Lubricantes</i>	1,155	1,034.7	1,129	1,147.2	1,445	1,522.8	1,674	1,662.2	15.9%	9.2%
<i>Diversos</i>	1.4	9.9	1.2	11.2	1.2	10.2	1.5	10.9	20.4%	7.0%
<i>Ajustes (3)</i>		26.8		1		20.2		0.1		-99.6%
Balanza Comercial - Total		267.0		442.9		-90.1		437.7		585.9%
<i>Bal. Comercial - Petrolera</i>		2,069.3		2,654.9		1,997.3		1,898.1		-5.0%
<i>Bal. Comercial - No petrolera</i>		-1,802.4		-2,212.0		-2,087.4		-1,460.4		30.0%

Fuente: (Banco Central del Ecuador, 2013)

2.18.2 Factores económicos

2.18.2.1 Crecimiento económico del Ecuador

En el 2013 la economía del país, fue un año en que aunque el crecimiento de la economía no fue negativo, si disminuyo considerablemente en comparación de los años 2011 y 2012(7,79 y 5,14%, respectivamente). El crecimiento de este año se ubicó en el 4,21%. Está muy claro que la economía ecuatoriana sigue creciendo pero cada vez se le hace más difícil al país mantener ese crecimiento acelerado visto en los años anteriores.

El Fondo Monetario Internacional (FMI) estima que el crecimiento de la economía ecuatoriana en el año 2014, será de 4,2 %, lo que es 0.2% mayor al 4 % que estimo en octubre del año 2013, y además pronostica una subida del 3,5 % para 2015. El promedio regional de crecimiento se encuentra en 3,2% según datos obtenidos de El Comercio en su artículo Economía ecuatoriana se incrementará un 4,2 %, según FMI, 2014

Este crecimiento se debe en gran parte a la inversión pública, el país ha tenido buenos precios en el barril del banano, lo que se traduce en mayores ingresos para el estado ecuatoriano, todo estos ingresos adicionales que el gobierno recibe ha sido utilizado para inversiones, y entre estas inversiones un fuerte monto fue destinado para la construcción (carreteras, hospitales, Edificios públicos, etc.); otra parte de estos ingresos han sido destinado para la financiación de nuevos proyecto, que mejoren la producción del país.

Otros crecimientos destacables en el país son los de la administración pública y el comercio creando de esta manera una imagen positiva para realizar inversiones nuevas en el Ecuador. Los buenos momentos que están atravesando la economía del país ha sido aprovechado por los hogares para consumir productos que en una economía de crecimiento negativo no lo hubiera podido lograr entre ellos está el cuidado personal.

2.18.2.2 Desempleo

Con los buenos números de crecimiento que está obteniendo el país en economía la tasa de desempleo disminuyo al 5% todo estos desde el año 2009 donde la misma tasa se ubicó en 7.3%; y para el 2014 no se espera que la tasa de desempleo aumente considerablemente. Aunque el subempleo no tiene cifras tan alentadoras pues este sigue siendo alto alrededor del 50%.

2.18.2.3 Inflación

Ecuador terminó el año 2013 como el quinto país con menos inflación de la región, según cifras oficiales de los gobiernos de los 10 países que conforman Sudamérica, el Ecuador registró una tasa inflacionaria anual del 4.16%. Esta lista la encabeza Argentina con 25%, mientras que la nación con menor porcentaje fue Chile tan solo con el 1,5%.

Para el 2014 se calculó una inflación de 3.2%, en lo que ha transcurrido del año particularmente se registró una inflación mensual de 0,11% en comparación al 0,18% que se registró en febrero 2013, todo esto basado en los últimos reporte del Índice de Precios al Consumidor (IPC) que publica el INEC.

La ciudad de Manta es la ciudad con la inflación mensual más alta con un 0,75%, aun así la probabilidad que la inflación se dispare es muy baja y no se considerara un factor de importancia en el desarrollo del negocio.

2.18.3 Factores Sociales

2.18.3.1 Cambio en el estilo de vida

Ya sea por salud o vanidad el mundo está en una tendencia hacia la pérdida de peso, el país no se queda atrás y el creciente interés por la salud hace tener una espacio donde realizar actividades físicas sea necesario y además una buena opción de negocio, en Manta hay más de 6 mil personas que acuden regularmente a espacios deportivos o gimnasios y este número va en aumento desde que cuidar el cuerpo se volvió una forma de vida. (El diario, 2012)

A estos lugares llegan empresarios, ejecutivos, universitarios, amas de casa y hasta personas que padecen enfermedades a causa del exceso de peso, la vida sedentaria hace que cada vez incrementemente el número de persona dichos espacios haciendo ejercicios.

En el Ecuador, de acuerdo con las cifras del Uso del Tiempo de los ecuatorianos, levantadas durante el 2012 por el Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC), la recreación y el deporte están consideradas dentro de las actividades que se efectúan en la semana por la población. Aunque hay una diferencia entre hombres y mujeres, en promedio, el ecuatoriano dedica más de tres horas a la semana para ejercitarse. Según el INEC, las personas de la Costa (04:26) dedican más horas para ejercitarse que en la Sierra (03:22). Además según la misma entidad la población de entre 12 y 29 años realiza más actividad física.

2.18.3.2 Obesidad en el Ecuador

Según un estudio de la OMS (Organización Mundial de la Salud) realizados en Ecuador en el 2013, se evidencia un problema grave en la población debido al sobrepeso y la obesidad: Este problema se caracteriza por bajas tasas durante los primeros años de vida, 6.5% en la edad infantil (2006); aumento de la prevalencia a partir de la edad escolar, 14% de sobrepeso/obesidad en escolares ecuatorianos de 8 años de edad que habitan en el área urbana (2001); incremento sostenido durante la adolescencia, 22% a nivel nacional (2006).

La tendencia finalmente muestra su máxima expresión en la edad adulta, con una mayor afectación a las mujeres, 40.6% de sobrepeso y 14.6% obesidad (2004). En este último grupo, la mitad de las mujeres que se encuentran en condiciones de pobreza sufren mayor exceso de peso.

Además la OMS estima que para el 2015 en el Ecuador exista un 58.3 por ciento de sobrepeso y un 21,7 por ciento de obesidad en las mujeres y un 46,5 y 8,9 por ciento en los hombres correspondientemente.

2.18.4 Factores Tecnológicos

Durante la década de los 70, se utilizó por primera vez la informática en el ámbito del deporte, relacionada con la investigación en ciencias aplicadas al mismo. Inicialmente, el empleo de las nuevas tecnologías a la actividad física se encontraba sólo al alcance de instituciones y laboratorios, la evolución de las mismas ocasionó que, desde hace ya un tiempo, puedan ser usados para controlar las continuas actividades físicas de las personas.

2.18.4.1 Aplicaciones virtuales para celulares inteligentes o Smartphone y tablets (App), aplicadas en el deporte

Las app aplicadas al deporte han proliferado recientemente hasta convertirse en algo de muy habitual desde salir a correr, planificar las clases del día a día con los entrenadores, comparar las calorías que estamos quemando con las que ingerimos. Estas app será una ventaja que aprovechara el actual proyecto donde se utilizara todo el potencial de las app, para dar una atención personalizada a cada cliente según su necesidad y requerimiento.

2.18.4.2 Redes sociales

Las redes sociales deportivas tampoco se quedan fuera de esta nueva moda tecnológica organizar eventos deportivos, participar en ellos o compartir resultados son algunas de las cosas que se están realizando a niveles deportivos.

En el caso de querer organizar un evento, se puede realizar de forma pública o privada, además, el que organiza puede enviar las invitaciones personalizadas a los clientes.

2.19 ANÁLISIS DE LOS PRECIOS DE LA COMPETENCIA

Basados en las encuestas realizadas a los propietarios de los gimnasios de la ciudad de Manta se identifica que el cobro mensual que hacen esos establecimientos oscilan entre un rango de 25 dólares los negocios que solo ofrecen servicios de pesas, cardiovasculares, aeróbicos y bailo terapia y de 30 a 35 dólares los locales que ofrecen servicios diferentes tales como crossfit, spinning y defensa personal. El valor diario fijo es de 1.50 dólares por usar los servicios que ofrecen los establecimientos, estos precios se han mantenido desde el año 2013 y nos indicaron los propietarios de los gimnasios que serían igual para este 2014

2.20 ANALISIS DE LA OFERTA

2.20.1 Definición

Según la página Economias.com en su artículo Que es la oferta de mercado, 2013, explica que: "La oferta describe la cantidad total de un bien o servicio específico que está disponible para los consumidores".

Para Kotler, Armstrong, Cámara y Cruz, autores del libro Marketing, 2004 plantean la siguiente definición de oferta de marketing: "Combinación de productos, servicios, información o experiencias que se ofrece en un mercado para satisfacer una necesidad o deseo." (Kotler, Armstrong, Camara, & Cruz, 2004)

2.20.2 Oferta de centros de entrenamiento físico en la ciudad de Manta

Actualmente en la ciudad de Manta existen 10 gimnasios operando y ofreciendo sus servicios a la población, se pudo analizar después de cumplir

con las visitas a los gimnasios de la ciudad que en la mayoría poseen equipamiento obsoleto, son pocos los que se han preocupado en adquirir nuevas máquinas para sus servicios de musculación y cardiovasculares, la infraestructura en términos generales de los 10 establecimientos se encuentra en un rango máximo de 240 metros cuadrados de terreno, la mitad están adecuados dentro de viviendas por lo que hace que las áreas de ejercicios sean muy pequeñas es por eso que solo se limitan a ofrecer los servicios básicos como se explicó anteriormente.

El único gimnasio con un área de construcción considerable es la del Total Gym que posee 3 niveles que está construido sobre un terreno de 200mts² con un área de construcción de 600 mts² (200mts² en la planta baja, 200mts² en el primer piso y 200mts² en el segundo piso), este sería nuestro principal competidor si se lo puede llamar de esa forma aunque si nos basamos en la diversidad de servicios que se ofrecerá en el nuevo centro de entrenamiento físico, seríamos los pioneros dentro del mercado y no contaríamos con una competencia directa.

El horario de los 10 gimnasios de la ciudad de Manta son de 6 de la mañana a 12 del día y de ahí vuelven abrir sus puertas a las 3 de la tarde para concluir su jornada a las 9 de la noche. 9 Gimnasios ofrecen un servicio todo incluido por un mismo valor, el gimnasio Olympus si cobra un valor distinto por sus diferentes servicios como se lo detallo anteriormente.

Tabla 12 Información de gimnasios de la ciudad de Manta

INFORMACION DE GIMNASIOS EN MANTA					
NOMBRE	DIRECCION	SERVICIOS	MENSUALIDAD	AREA DE CONTRUCCION (mts2)	UBICACIÓN (PARROQUIA)
Gimnasio Gym Mega Muscle Fitness	calle 28 entre avenida 30 y Flavio Reyes	aeróbicos, pesas, baño turco y taekwondo	35 dolares	240	Manta
Gimnasio King World	Av. 11 entre las calles 13 y 14 en el C.C. las américas 3er piso	pesas, hap-kido artes marciales ,boxy sauna	25 dolares	220	Manta
Gymnasio Olympus	ciudadela Universitaria vía al hotel Howard Johnson	sauna, crossfit, spinning, sala de baño terapia, y máquinas de musculación	35 dolares	540	Manta
Gimnasio Manos Unidas	Av. 4 de noviembre entre las calles 115 y 116 frente a hielo polar	maquinarias para musculación y cardiovasculares	25 dolares	200	Tarqui
Total Gym	Barrio Miraflores atrás de la policía nacional	aeróbicos, masajes, musculación, crossfit, sauna y spinning	35 dolares	600	Manta
Gps Gym	ciudadela Ursa en la calle 111	baño terapia, aeróbicos y máquinas de musculación	30 dolares	360	Tarqui
OceanGym and Fitness	vía a San Mateo ciudadela Barbasquillo frente al UPC de la Policía Nacional	servicios de spa duchas, casilleros, vestidores y máquinas de musculación, cardiovasculares, baño terapia, aeróbicos	35 dolares	420	Manta
Atlas Gym	Av. 18 entre las calles 12 y 13	servicios de acondicionamiento físico integral, aeróbicos, pesas, baile moderno, coreografías y danzas folclóricas	25 dolares	360	Manta
Gimnasio los Dragones	Av. 105 entre las calles 105 y 106 diagonal a la Iglesia El Rosario de Tarqui	aeróbicos, físico culturismo, defensa personal, TaeKwondo, máquinas de musculación y sauna	30 dolares	300	Tarqui
Tawer Gym	avenida 23 y calle 13	máquinas de pesas y baño terapia	25 dolares	230	Manta

Fuente: Entrevistas a propietarios de gimnasios de la ciudad de Manta (A2.9)
Elaborado por: autores del proyecto

2.20.3 Comportamiento histórico de la Oferta

En la ciudad de Manta el primer gimnasio abrió sus puertas en el año 2003, en los 3 años siguientes se sumaron tres establecimientos más para luego en los años posteriores completar la cuota actual de 10 gimnasios con los que ahora cuenta la ciudad. Estos datos fueron obtenidos en las entrevistas que se realizaron a los propietarios de dichos negocios.

Los 10 gimnasios prestan servicios muy similares, no le ofrecen una variedad a los ciudadanos de Manta para que puedan elegir a su gusto, por esa razón es que a continuación basados en las respuestas obtenidas en la pregunta número 27 de las entrevista a los propietarios de gimnasios se pudo recopilar el número de clientes que atendieron en sus últimos 3 años, con lo cual se podrá determinar la proyección de la oferta y la demanda insatisfecha. (Cardenas Tabares, 2012)

Tabla 13 Promedio de asistencias a gimnasios en la ciudad de Manta

PROMEDIO DE ASISTENCIA A GIMNASIOS								
AÑO	MEGA MUSCLE FITNESS GYM	% CRECIMIENTO	KING WORLD GYM	% CRECIMIENTO	OLYMPUS GYM	% CRECIMIENTO	MANOS UNIDAS GYM	% CRECIMIENTO
2011	220		264		320		185	
2012	260	18%	290	10%	380	19%	210	14%
2013	312	20%	360	24%	480	26%	260	24%
2014	390	25%	460	28%	620	29%	330	27%

PROMEDIO DE ASISTENCIA A GIMNASIOS								
AÑO	TOTAL GYM	% CRECIMIENTO	GPS GYM	% CRECIMIENTO	OCEANGYM AND FITNESS	% CRECIMIENTO	ATLAS GYM	% CRECIMIENTO
2011	640		102		270		380	
2012	710	11%	180	10%	310	15%	420	11%
2013	800	13%	220	22%	370	19%	480	14%
2014	930	16%	280	27%	450	22%	600	25%

PROMEDIO DE ASISTENCIA A GIMNASIOS				
AÑO	DRAGONES GYM	% CRECIMIENTO	TAWER GYM	% CRECIMIENTO
2011	250		230	
2012	280	12%	280	10%
2013	330	18%	320	14%
2014	400	21%	390	22%

Fuente: Entrevistas a propietarios de gimnasios de la ciudad de Manta (A2.9)
Elaborado por: autores del proyecto

2.20.4 Oferta Actual

Para poder obtener la oferta actual se tendrá que recurrir a la información obtenida de la pregunta número 25 de la entrevista a los propietarios de los 10 gimnasios de la ciudad de Manta, pero en este caso solo se tomara en cuenta los datos de los gimnasios que se encuentran dentro de la Parroquia Manta. En dicha entrevista se logró obtener los siguientes resultados:

Tabla 14 Oferta actual de gimnasios de la Parroquia Manta

OFERTA ACTUAL DE GIMNASIOS		
GIMNASIOS	CLIENTES MENSUALES	TOTAL DE CLIENTES EN EL AÑO
Gimnasio Gym Mega Muscle Fitness	35	420
Gimnasio King World	40	480
Gymnasio Olympus	55	660
Total Gym	80	960
OceanGym and Fitness	40	480
Atlas Gym	53	636
Tawer Gym	35	420
TOTAL	338	4056

Fuente: Entrevistas a propietarios de gimnasios de la ciudad de Manta (Anexo2)
Elaborado por: autores del proyecto

Podemos concluir basados en los valores de esta tabla, de que la oferta actual que existe en la Parroquia Manta es de 4.056 personas.

2.20.5 Proyección de la oferta

Para poder realizar esta proyección se tomara en cuenta el promedio total de crecimiento que registraron todos los gimnasios de esa ciudad en los años anteriores, la cual constan en la (Tabla N. 13 Promedio de asistencias a gimnasios en la ciudad de manta). Para obtener la nueva tasa se sumaran los porcentajes de crecimiento de cada gimnasio y se lo dividirá para el número de % que en este caso fue de tres por cada establecimiento. (Cardenas Tabares, 2012)

Se realizó una proyección de 5 años puesto que es la vida útil del proyecto. Recordando que el negocio iniciara sus actividades en el año 2015.

Tabla 15 Proyección de oferta de gimnasios de la ciudad de Manta

PROYECCION DE OFERTA DE GIMNASIOS											
AÑO	MEGA MUSCLE FITNESS GYM	KING WORLD GYM	OLYMPUS GYM	MANOS UNIDAS GYM	TOTAL GYM	GPS GYM	OCEANGYM AND FITNESS	ATLAS GYM	DRAGONES GYM	TAWER GYM	TOTAL
TASAS	21,1%	20,6%	24,7%	21,4%	13,3%	19,8%	18,6%	16,6%	17,0%	15,3%	
2014	390	460	620	330	930	280	450	600	400	390	4850
2015	472	555	773	401	1054	335	534	700	468	450	5741
2016	572	669	965	486	1194	402	633	816	548	519	6802
2017	692	807	1204	591	1352	481	751	951	641	598	8067
2018	838	973	1501	717	1532	576	890	1109	750	690	9577
2019	1014	1173	1873	871	1735	690	1056	1293	878	796	11379

Fuente: Entrevistas a propietarios de gimnasios de la ciudad de Manta (Anexo2)
Elaborado por: autores del proyecto

2.21 DETERMINACION DE LA DEMANDA INSATISFECHA

Para poder determinar esta demanda solo se debe restar la demanda actual con la oferta actual que existe, la diferencia que se dé entre las dos, será la demanda insatisfecha.

Demanda actual: 17.581



Oferta actual: 4.056



Demanda insatisfecha: **13.525**

Con estos resultados podemos concluir que la Parroquia Manta actualmente se encuentra desatendida en lo que corresponde a servicios de centros de entrenamiento físico, existen muchas personas que desean realizar actividad física pero los lugares donde lo pueden practicar no poseen el espacio idóneo para atender a una gran demanda de personas, es por esto que con este proyecto se busca satisfacer en algo a esta demanda insatisfecha ofreciéndole un nuevo sitio, con áreas amplias donde puedan acudir a realizar sus ejercicios con toda la comodidad necesaria y también un lugar donde puedan sociabilizar con otras personas, disfrutar de un ambiente agradable y sobre todo que les brinde seguridad. (Hernandez, Fernandez, & Batista, 2010)

2.21.1 Cobertura de la demanda insatisfecha por parte del proyecto

Es imposible cubrir el total de la demanda insatisfecha por parte del proyecto en su primer año de funcionamiento, pero lo que se buscara inicialmente será cubrir una gran parte de esa demanda. El centro de

entrenamiento físico tiene como objetivo inicial atender un promedio de 692 personas mensualmente en su primer año.

Lo que se busca es el saber qué porcentaje de esa demanda insatisfecha se necesita para cubrir el estimado de clientes mensuales y anuales en el primer año.

Para poder cubrir el promedio de las 692 personas mensuales en el primer año de funcionamiento solo se necesitara del 5,12% de la demanda insatisfecha y para cubrir las 8.304 personas al año se necesitara del 61.40% de dicha demanda para alcanzar el objetivo de asistencia en el primer año. Este valor se lo obtuvo dividiendo la cuota mensual esperada para la demanda insatisfecha.

Las estrategias de marketing que se vayan a emplear para la captación y fidelización de clientes se enfocaran inicialmente en ese valor porcentual.

Por tal razón se concluye que el proyecto cuando empiece a funcionar en la ciudad de Manta alcanzara a cubrir en su primer año el 61% aproximadamente de la demanda insatisfecha.

CAPITULO III

ESTUDO TECNICO DEL PROYECTO

Según Gabriel Baca Urbina en su libro Evaluación de Proyectos, 2010 explica que un estudio técnico es aquel que muestra la determinación del tamaño óptimo de la planta, la ingeniería del proyecto, el análisis administrativo legal y organizacional, como también la localización optima de la planta.

3.1 LOCALIZACION

3.1.1 Macro Localización Del Proyecto

El proyecto se encontrara ubicado en Ecuador, Provincia de Manabí, Cantón Manta.

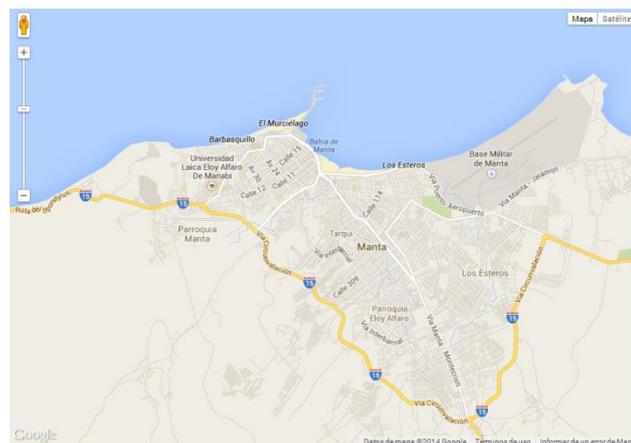


Grafico 38 Mapa de la ciudad de Manta

Fuente: (GoogleMaps, 2014)

La ciudad de Manta posee alrededor de 226.477 habitantes de los cuales 221.122 habitan en las 5 parroquias Urbanas: San Mateo, Manta, Tarqui, Los Esteros, Eloy Alfaro y 5.355 corresponden a las 2 parroquias rurales de

San Lorenzo y Santa Marianita según datos del (INEC) en su último Censo Poblacional y de Vivienda realizado en el año 2010.

Según datos obtenidos de Wikipedia, 2014 detalla que Manta posee una extensión de territorio de 309 km² y limita al norte y oeste con el Océano Pacífico, al sur con el Cantón Montecristi y al este con los Cantones Montecristi y Jaramijó.

Denominada oficialmente como San Pablo de Manta, es una de las ciudades más importantes de la República del Ecuador, la cual se encuentra localizada en la Provincia de Manabí. Manta es la segunda ciudad más poblada después de Portoviejo y es el centro financiero y económico de la Provincia.

Posee un clima desértico, la temperatura máxima es de 27° y 31°C y una mínima entre 15° y 19°C y dos estaciones la lluviosa que se presenta en los meses de Enero a Abril y la seca que se presenta en el resto de meses. (Wikipedia, Manta (Ecuador), 2014)

3.1.1.1 Infraestructura de la ciudad

La ciudad de Manta en la zona urbana actualmente cuenta con todos los servicios básicos disponibles, exactamente el 80,5% de la población posee agua potable, el 95,9% cuenta con servicio eléctrico, el 65,7% de la población cuenta con red de alcantarillado, el 97,9% cuenta con recolectores de basura y solo el 22,8% cuenta con telefonía pública. Los datos fueron obtenidos del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC) del censo de Población y Vivienda de la ciudad de Manta del año 2010.

La ciudad también cuenta con un terminal terrestre interprovincial e intercantonal y actualmente la Municipalidad de la ciudad se encuentra construyendo el nuevo edificio para poder albergar a más personas, un aeropuerto, bancos, centros comerciales, hospitales, iglesias, parques para la diversión de niños, establecimientos educativos, clínicas y canchas deportivas.

3.1.2 Micro Localización Del Proyecto

El centro de entrenamiento físico se encontrara ubicado en la parroquia Manta, específicamente en la avenida Malecón a lado del edificio el Navio.

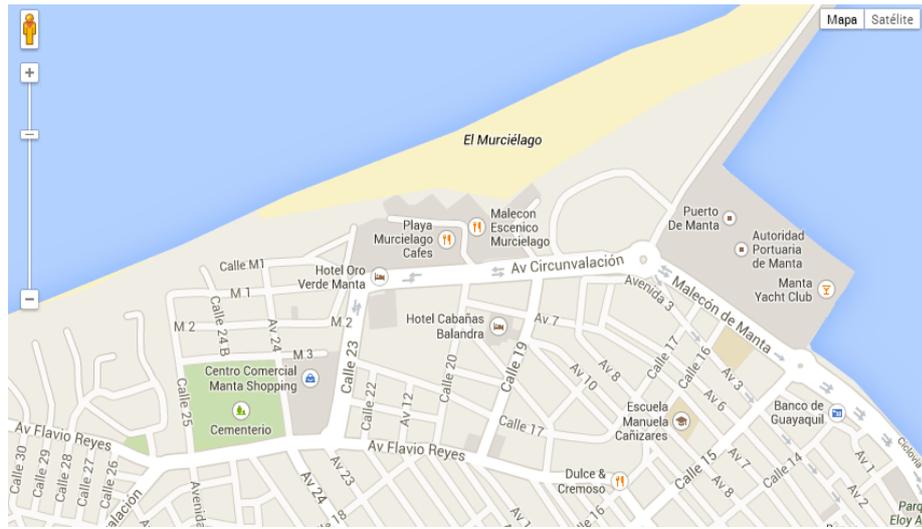


Gráfico 39 Ubicación de la empresa
Fuente: (GoogleMaps, 2014)

Factores que se tomaron en cuenta a la hora de decidir la ubicación de la empresa.

- Facilidad de transporte

Se tomara en cuenta las rutas de acceso a las ubicaciones y la facilidad de transportación que transitan por ese sector, tales como buses de transporte público, taxis y autos particulares.

- Servicios disponibles

Para elegir el sector se toma mucho en cuenta los servicios que se ofrezcan dentro del sector, tales como agua potable, luz eléctrica, alcantarillado, internet, telefonía y televisión por cable.

- Ubicación (Infraestructura)

La infraestructura del sector será muy importante puesto que se busca un lugar que sea agradable para los usuarios, cercano a sus hogares o que simplemente se encuentre cerca de puntos estratégicos de la ciudad.

- Competencia

Este punto es clave para identificar cuanta competencia directa tendremos dentro del sector.

- Seguridad

La seguridad es importante a la hora de elegir un lugar donde instalar un negocio, puesto que los clientes de la empresa deben sentirse que están dentro de un área segura y que se sientan protegidos, para esto se tomara en cuenta mucho los puntos UPC de la policía y las estaciones de Cuerpo de bomberos ubicados en el sector o según las distancias que estos se encuentren de la empresa.

- Tamaño de locales

Este punto será importante puesto que para la instalación del centro de entrenamiento físico se necesita identificar un sector donde se pueda encontrar un edificio o galpón que posea el tamaño necesario para poder instalar el proyecto.

- Contaminación (acústica, ambiental)

Uno de los puntos más importantes a la hora de la decisión final de elegir la ubicación del centro de entrenamiento físico será que en el lugar no exista un nivel muy alto de contaminación atmosférica que en un futuro perjudique en la salud de los clientes.

La contaminación acústica también es un punto muy importante ya que lo que se busca es un lugar donde no exista tanto ruido producido por automotores, aviones, por empresas manufactureras u otros ruidos de gran

intensidad que al final le produzcan al usuario del centro de entrenamiento físico un cuadro de estrés que al final conlleve a no seguir siendo miembro de la empresa.

Los sectores que se escogieron para realizar la tabla de calificación fueron los siguientes:

SECTOR A: Leónidas Proaño (Parroquia Tarqui)

SECTOR B: Avenida Malecón (Parroquia Manta)

SECTOR C: La Victoria (Parroquia Tarqui)

La puntuación que se tomara en cuenta para la tabla de calificación será del 1 al 5 y se la considerara de la siguiente manera:

1. Muy mala – Muy poca - inaccesible - inadecuada
5. Muy buena - Mucha - Muy Accesible – adecuada

3.1.2.1 Matriz de calificación

A continuación se procede con la elaboración de la matriz de calificación que nos ayudara a escoger el lugar más adecuado para instalar el nuevo centro de entrenamiento físico.

Tabla 16 Matriz de calificación

MATRIZ DE CALIFICACION							
CRITERIOS	PORCENTAJE	CALIFICACION SECTORES			PESOS		
		A	B	C	A	B	C
FACILIDAD DE TRANSPORTE	18%	3	5	2	0,54	0,9	0,36
SERV. DISPONIBLES	30%	4	5	4	0,72	0,9	0,72
URBICACION (INFRAESTRUCTURA)	8%	2	5	2	0,36	0,9	0,36
COMPETENCIA	2%	2	4	2	0,36	0,72	0,36
SEGURIDAD	24%	3	5	3	0,54	0,9	0,54
TAMAÑO DE LOCALES	15%	2	4	3	0,36	0,72	0,54
CONTAMINACION (ACUSTICA, AMBIENTAL)	3%	5	1	5	0,9	0,18	0,9
TOTAL	1,00				3,78	5,22	3,78

Fuente: Observación directa
Elaborado por: autores del proyecto

Basados en los valores que se obtuvieron en la matriz de calificación, se puede analizar que el sector más adecuado para la instalación del nuevo centro de entrenamiento físico es la de la opción B que en este caso corresponde al sector de la Avenida Malecón ubicado en la parroquia Manta de la ciudad del mismo nombre.

El sector de la av. Malecón es una zona turística puesto que se encuentra frente a la playa del Murciélago, es un lugar de mucha afluencia de personas sobre todo por la playa ya que muchos la utilizan para caminar, trotar o simplemente para visitar el balneario. También por esa avenida transitan vehículos de todo tipo ya sea bus urbano hasta las 9 de la noche, taxis a toda hora y vehículos particulares puesto que se encuentra ubicado en una vía amplia que colinda con otras calles importantes de la ciudad como por ejemplo la Flavio Reyes que es la zona rosa de Manta.

Es un sector comercial y bancario por tal razón se puede acceder a todos los servicios como agua potable, alcantarillado, telefonía, internet, televisión pagada y luz eléctrica. Posee una excelente ubicación puesto que al instalar el nuevo centro de entrenamiento este se localizaría frente al mar el cual le

permitiría a los usuarios poder disfrutar de una vista muy buena fuera del estrés que produce el tráfico vehicular o los ruidos propios de una ciudad.

Por ser una zona comercial y de mucho movimiento se puede encontrar Unidades de Policía Comunitaria (UPC) en sus alrededores al igual que una estación de Bomberos a menos de 5 minutos del establecimiento, por la zona se encuentra un solo gimnasio que está ubicado en la Flavio Reyes pero el cual no representa ninguna competencia puesto que el nuevo centro de entrenamiento será el pionero en este nuevo estilo de locales fitness dentro de la ciudad.

La contaminación acústica es mínima no es una avenida muy transitada o de mucha aglomeración de vehículos que utilicen su claxon debido al tráfico en horas pico como sucede en ciudades grandes como Guayaquil y Quito, al estar apartada de las zonas industriales y estar ubicada frente al mar se tendrá menos contaminación atmosférica ya que se estaría evitando el humo de los tubos de escape de los vehículos ya que no es una zona donde exista tráfico y además se evitaría los gases comunes que expulsan las empresas manufactureras dentro de una zona industrial. También se pudo observar que existe un local en alquiler en dicho lugar que posee el tamaño necesario para poder instalar el nuevo centro de entrenamiento físico.

3.2 TAMAÑO Y CAPACIDAD DEL PROYECTO

El análisis de este tema será de mucha ayuda a la hora de conocer los costos que se tendrán que realizar como inversión ya que basados en los resultados de la demanda insatisfecha que se la obtuvo en el capítulo anterior se podrá analizar el tamaño que se necesitara del lugar donde se vaya a instalar el nuevo centro de entrenamiento físico.

Tomando en cuenta dicha demanda insatisfecha se concluye que se debe buscar un galpón o local que posea un terreno de 1.000mts² aproximadamente, donde el área de construcción sera de 1.701mts² (planta

baja de 1.000mts² y el primer piso de 701mts²) puesto que será de dos pisos, el cual cubrirá el espacio para la adecuación de las áreas de servicios que tendrá el centro de entrenamiento ya que se estima atender a un promedio de 692 personas al mes y 8.304 en su primer año de funcionamiento, con el cual se estaría cubriendo el 69% de la demanda insatisfecha en ese primer año, para los siguientes años se espera cubrir la capacidad total de las instalaciones las cuales serán para atender a 1.500 personas mensualmente y 18.000 al año. Se destinara un espacio para parqueos exclusivos para los usuarios del establecimiento.

3.3 DISEÑO DE LAS INSTALACIONES

El diseño de las instalaciones se las realizara tomando en cuenta los criterios y las recomendaciones de expertos como la arquitecta brasileña Patricia Totaro especialista en desarrollo y construcción de gimnasios y del experto Adrian Stoll Gerente de la empresa WellClub.

Basados en esas recomendaciones se procederá a adecuar y decorar el lugar con diseños vanguardistas y animalista, aplicando técnicas de color que ayuden a darle al gimnasio un aspecto agradable y atractivo para que de esta forma el nuevo centro de entrenamiento pueda captar muchos clientes. Siguiendo estas técnicas de color para la decoración del local se utilizarían tonos como:

- Azul: este color es sinónimo de seguridad, confianza y responsabilidad, que es lo que queremos transmitirle a los usuarios, de que al ser parte activa del centro de entrenamiento van a contar con personal calificado, maquinas en excelentes condiciones y un espacio físico que los haga sentir seguros.
- Rojo: representa energía, fuerza y pasión. Es un color que sirve mucho para llamar la atención de los consumidores.

- **Amarillo:** este color representa la juventud y creatividad. Basados en los resultados de encuestas pasadas nos dimos cuenta que el mayor número de clientes del establecimiento serán jóvenes entre las edades de 18 a 24 años, por esa razón se usaría este color en la decoración.
- **Naranja:** representa diversión, sociabilidad y vitalidad. Uno de los principales objetivos del proyecto es entregarle a los clientes un centro de entrenamiento donde no solo puedan ejercitar sus cuerpos, sino también un lugar donde puedan sociabilizar con otros usuarios y un lugar donde se diviertan, por esa razón se adecuara un área de descanso que servirá para distracción de los clientes.
- **Blanco:** es un color que representa pureza, limpieza e higiene. Por esta razón este color será parte fundamental dentro de las áreas de los baños y vestidores ya que lo que se busca es hacerle ver al usuario que aparte de ofrecerles unos vestidores amplios, también contarán con una zona limpia puesto que la higiene será un punto esencial dentro del proyecto. Un baño y vestidor sucio es una de las mayores causas de pérdida de clientes.
- **Negro.** Representa seriedad, alta calidad y elegancia. Es lo que el nuevo centro de entrenamiento busca, que los clientes sientan que forman parte de un lugar serio, donde le ofrezcan servicios de alta calidad. (SoyEntrepreneur, 2011)

3.3.1 PLANO DEL CENTRO DE ENTRENAMIENTO

Planta baja

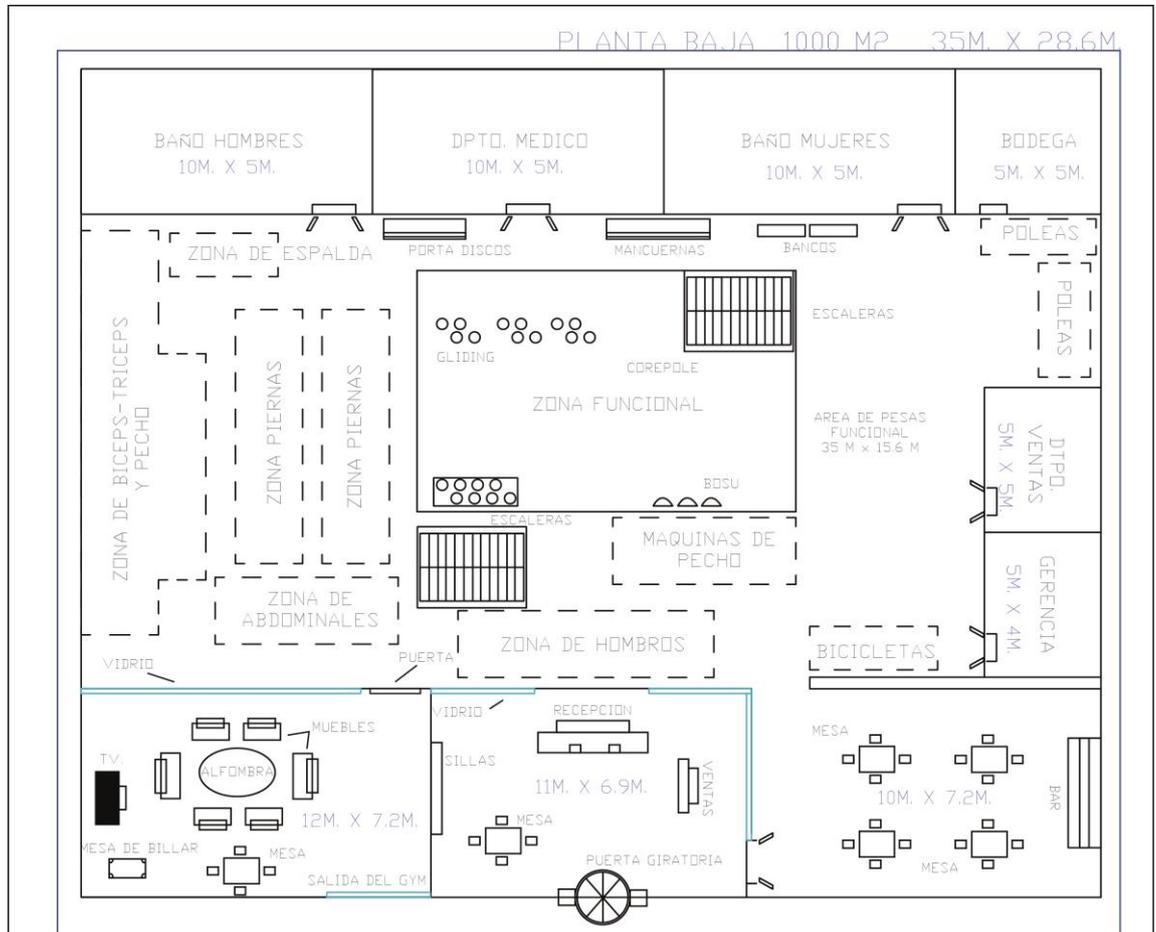


Grafico 40 Plano de la planta baja
Elaborado por: Gary Solórzano

Primer piso

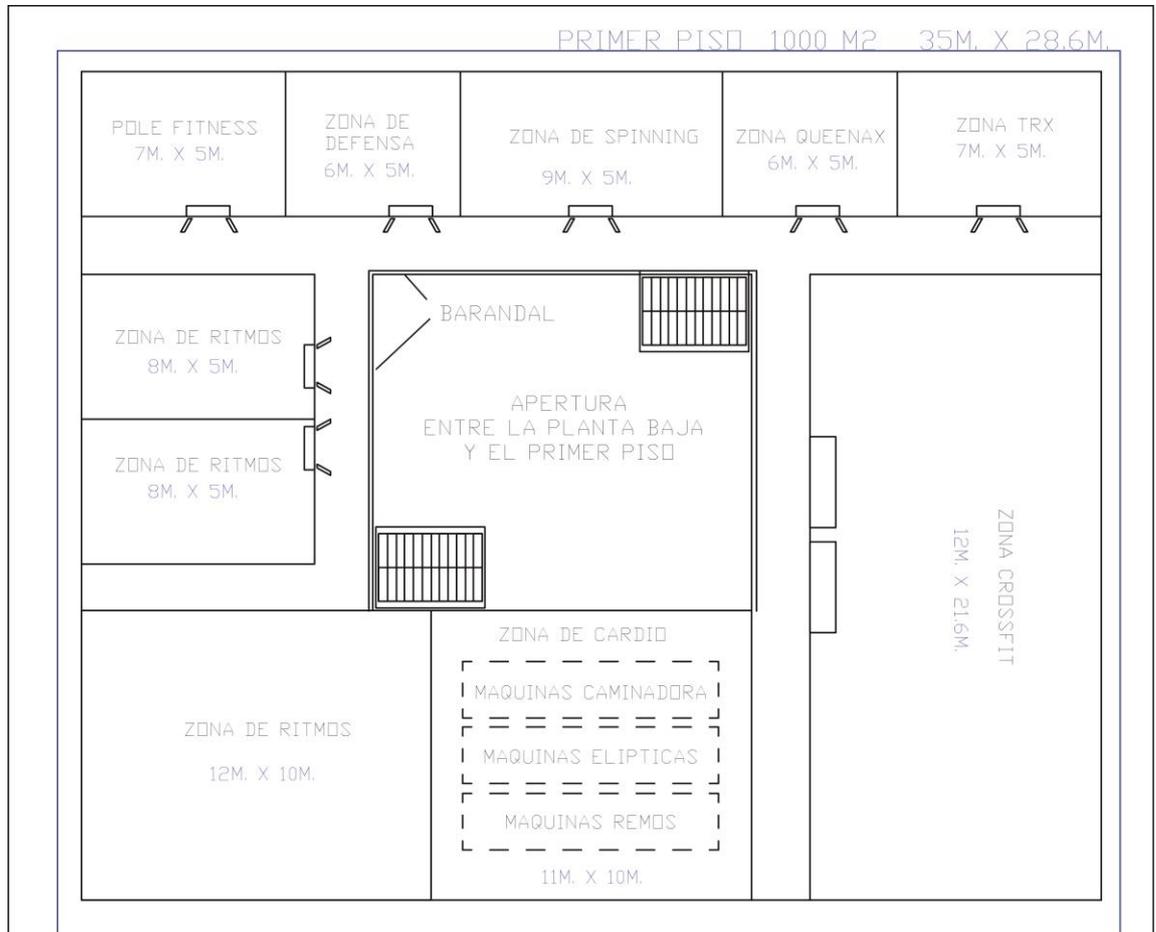


Grafico 41 Plano del primer piso
Elaborado por: Gary Solórzano

3.4 DISTRIBUCION DE LAS INSTALACIONES

El centro de entrenamiento físico tendrá un área total de operaciones de 1.701mts² (entre Planta baja y Planta alta), que se distribuirá de la siguiente manera:

Tabla 17 Distribución de las áreas del centro de entrenamiento físico

DISTRIBUCION DE AREAS		
AREAS DE TRABAJO	AREAS (m ²)	DIMENSIONES ANCHO X LARGO
Recepcion/caja	76	11x6.9
Dpto. de ventas	25	5x5
Dpto. medico	50	10x5
Bodega	25	5x5
Bar	72	10x7.2
Gerencia	20	5x4
Baño hombres	50	10x5
Baño mujeres	50	10x5
Area de pesas/funcional	546	35x15.6
Pole fitness	35	7x5
Area de cardio	110	11x10
Area de spinning	45	9x5
Area de Queenax	30	6x5
Area de TRX	35	7x5
Area de Crossfit	216	10x21.6
Sala de defensa	30	6x5
Sala de Ritmos	120	12x10
Sala de relajacion	40	5x8
Area de descanso	86	12x7.2
Area de Kinesis	40	5x8
TOTAL DEL AREA DE CONSTRUCCION	1701	m ²

PLANTA BAJA	1000
PLANTA ALTA	701
	1701

Elaborado por: autores del proyecto

3.4.1 Especificaciones y ubicaciones de las áreas dentro del centro de entrenamiento físico.

El centro de entrenamiento físico se desarrollara dentro de un local de 1.000mts² con un área de construcción de 1.701mts² (planta baja 1.000mts² y planta alta 701mts²), donde las dimensiones serán de 35mts de ancho por 28.6mts de largo.

Planta baja

- En la entrada del centro de entrenamiento se encontrara la recepción/caja con unas dimensiones de 11 metros de ancho por 6.9 metros de largo el cual corresponderá a un área total de 75.9mts².
- Del lado derecho de la recepción/caja se encontrara el bar del establecimiento con unas dimensiones de 10 metros de ancho y 7.2 metros de largo que harán un total del área de 72mts².
- Del lado izquierdo de la recepción/caja se ubicara la zona de descanso con una dimensión de 12 metros de ancho y 7.2 metros de largo con un área total de 86.4mts.
- Detrás de la recepción/caja, bar y zona de descanso se encontrara el área de pesas y funcional con una dimensión de 35 metros de ancho y 15.6 metros de largo que harán un área total de 546mts².
- Frente al bar se ubicara la gerencia con una dimensión de 5 metros de ancho y 4 metros de largo que harán un área total de 20mts².
- A lado de la gerencia se encontrara el departamento de ventas con una dimensión de 5 metros de ancho y 5 metros de largo con un área total de 25mts².
- Frente al área de pesas y funcional se ubicara el baño y vestidor de hombre, baño y vestidor de mujeres con una dimensión de 10 metros de ancho y 5 de largo dando un total de 50mts² por cada una.

- Frente al departamento de venta se encontrara la bodega que tendrá una dimensión de 5 metros de ancho y 5 metros de largo que dará un total del área de 25mts².
- En medio del baño de hombres y mujeres se ubicara el departamento medico el cual tendrá una dimensión de 10 metros de ancho por 5 de largo que dará un total del área de 50mts².

Planta alta

- Arriba de la zona de descanso se encontrara la zona de ritmos con una dimensión de 12 metros de largo por 10 metros de ancho dando un total de 120mts².
- Arriba de la recepción/caja y a lado de la zona de ritmos se encontrara la zona de Cardio con una dimensión de 11 metros de ancho y 10 metros de largo dando un total de 110mts².
- Al costado de la zona de Cardio se ubicara la zona de Crossfit con una dimensión de 10 metros de ancho y 21.6 metros de largo dando un total de 216mts².
- A lado de la zona de ritmos se ubicara la zona de relajación con una dimensión de 5 metros de ancho y 8 metros de largo con un total de 40mts².
- A lado de la zona de relajación se ubicara el área de Kinesis con una dimensión de 5 metros de ancho y 8 metros de largo con un total de 40mts².
- En frente de la zona de Crossfit se ubicara la zona de TRX con una dimensión de 7 metros de ancho y 5 metros de largo con un total de 35mts².
- A lado de la zona TRX se encontrara el área de Queenax con una dimensión de 6 metros de ancho y 5 metros de largo con un área total de 30mts².

- Al frente del area de Kinesis se ubicara la zona de Pole Fitness que tendrá una dimensión de 7 metros de ancho y 5 de largo con un total de 35mts².
- A lado del área de Queenax se encontrara el área de Spinning con una dimensión de 9 metros de ancho y 5 de largo con un área total de 45mts².
- A lado de la zona de Pole Fitness se ubicara la zona de defensa que tendrá un dimensión de 6 metros de ancho y 5 de largo dando un área total de 30mts².

3.5 TAMAÑO DEL PROYECTO

El tamaño del centro de entrenamiento físico será de una capacidad para atender en su primer periodo de funcionamiento (año 2015) a un promedio de 692 personas al mes y 8.304 personas al año con un valor mensual de 40 dólares por un servicio “Todo incluido” ya que la filosofía es poder entregarle a los ciudadanos de Manta un centro de entrenamiento inclusivo donde por un mismo valor puedan acceder a todas las instalaciones sin necesidad de cancelar un valor distinto por una actividad que desee realizar el cliente.

Tabla 18 Distribución de personas por áreas

ZONA	TURNOS AL DIA	CANTIDAD DE PERSONAS
AREA DE PESAS/FUNCIONAL (Capacidad: 30 personas)	6:00AM - 9:00AM	15
	11:00AM - 13:00PM	10
	17:00PM - 19:00PM	25
	19:00PM - 21:00PM	30
TOTAL DE ASISTENCIA AL DIA		80

ZONA	TURNOS AL DIA	CANTIDAD DE PERSONAS
AREA DE CARDIO (15 Maquinas)	6:00AM - 9:00AM	25
	11:00AM - 13:00PM	10
	17:00PM - 19:00PM	20
	19:00PM - 21:00PM	35
TOTAL DE ASISTENCIA AL DIA		90

ZONA	TURNOS AL DIA	CANTIDAD DE PERSONAS
AREA DE RITMOS (Baile Terapia, Aerobicos, Zumba fitness, Body Pump, Body Jump, Body Combat) (Capacidad: 20)	6:00AM - 9:00AM	40
	11:00AM - 13:00PM	16
	17:00PM - 19:00PM	30
	19:00PM - 21:00PM	35
TOTAL DE ASISTENCIA AL DIA		121

ZONA	TURNOS AL DIA	CANTIDAD DE PERSONAS
AREA DE CROSSFIT (Capacidad: 15 personas)	6:00AM - 9:00AM	10
	11:00AM - 13:00PM	8
	17:00PM - 19:00PM	10
	19:00PM - 21:00PM	30
TOTAL DE ASISTENCIA AL DIA		58

Elaborado por: autores del proyecto

Tabla 19 Distribución de personas por áreas (2)

ZONA	TURNOS AL DIA	CANTIDAD DE PERSONAS
AREA DE RELAJACION (Pilates, Tai-chi, Yoga, Body Balance) (Capacidad: 10 personas)	6:00AM - 9:00AM	12
	11:00AM - 13:00PM	6
	17:00PM - 19:00PM	15
	19:00PM - 21:00PM	15
TOTAL DE ASISTENCIA AL DIA		48

ZONA	TURNOS AL DIA	CANTIDAD DE PERSONAS
AREA DE KINESIS (Capacidad: 10 personas)	6:00AM - 9:00AM	8
	11:00AM - 13:00PM	6
	17:00PM - 19:00PM	8
	19:00PM - 21:00PM	20
TOTAL DE ASISTENCIA AL DIA		42

ZONA	TURNOS AL DIA	CANTIDAD DE PERSONAS
AREA DE POLE FITNESS (Capacidad: 10 personas)	6:00AM - 9:00AM	8
	11:00AM - 13:00PM	5
	17:00PM - 19:00PM	8
	19:00PM - 21:00PM	20
TOTAL DE ASISTENCIA AL DIA		41

ZONA	TURNOS AL DIA	CANTIDAD DE PERSONAS
AREA DE DEFENSA (Tae-bo, Kick Boxing, defensa personal masculina y) (Capacidad : 10 personas)	6:00AM - 9:00AM	15
	11:00AM - 13:00PM	6
	17:00PM - 19:00PM	15
	19:00PM - 21:00PM	20
TOTAL DE ASISTENCIA AL DIA		56

Elaborado por: autores del proyecto

Tabla 20 Distribución de personas por áreas (3)

ZONA	TURNOS AL DIA	CANTIDAD DE PERSONAS
AREA DE SPINNING (15 BICICLETAS)	6:00AM - 9:00AM	12
	11:00AM - 13:00PM	8
	17:00PM - 19:00PM	15
	19:00PM - 21:00PM	30
TOTAL DE ASISTENCIA AL DIA		65

ZONA	TURNOS AL DIA	CANTIDAD DE PERSONAS
AREA DE QUEENAX (3 Jaulas para 4 personas)	6:00AM - 9:00AM	10
	11:00AM - 13:00PM	6
	17:00PM - 19:00PM	12
	19:00PM - 21:00PM	24
TOTAL DE ASISTENCIA AL DIA		52

ZONA	TURNOS AL DIA	CANTIDAD DE PERSONAS
AREA DE TRX (Capacidad: 10 personas)	6:00AM - 9:00AM	8
	11:00AM - 13:00PM	5
	17:00PM - 19:00PM	10
	19:00PM - 21:00PM	16
	TOTAL DE ASISTENCIA AL DIA	39

Elaborado por: autores del proyecto

Tabla 21 Distribución de personas por áreas (4)

ZONA	CANTIDAD DE PERSONAS
AREA DE PESAS/FUNCIONAL	80
AREA DE CARDIO	90
AREA DE RITMOS	121
AREA DE CROSSFIT	58
AREA DE RELAJACION	48
AREA DE KINESIS	42
AREA DE POLE FITNESS	41
AREA DE DEFENSA	56
AREA DE SPINNING	65
AREA DE QUEENAX	52
AREA DE TRK	39
TOTAL	692

Elaborado por: autores del proyecto

3.6 CAPACIDAD INSTALADA

El centro de entrenamiento tendrá una capacidad total para poder atender a 1.500 clientes mensualmente y a 18.000 al año, pero en su primer año de funcionamiento este solo trabajara en un 46% de toda su capacidad, puesto que se espera que con el transcurso del tiempo una vez que el establecimiento se haga más conocido lograr completar el 100% de su capacidad instalada en los siguientes años de funcionamiento.

3.7 PERSONAL OPERATIVO POR AREAS

El centro de entrenamiento contara con 27 instructores con título profesional en cultura física, los cuales se han especializado en sus respectivas áreas para poder dictar las 20 clases que se ofrecerán en el centro de entrenamiento. A continuación se detallaran los horarios de trabajo de los instructores, el costo de cada clase y su salario. No se les cancelara sueldos puesto que ellos cobran por clases impartidas.

Tabla 22 Horarios y salarios (Área de Ritmos)

AREA DE RITMOS					
HORARIOS	L	M	M	J	V
6:00AM - 7:00AM	AEROBICOS	BAILOTERAPIA	ZUMBA FITNESS	BODY PUMP	BODY COMBAT
7:00AM - 8:00AM	BODY COMBAT	BODY JUMP	BODY PUMP	ZUMBA FITNESS	AEROBICOS
8:00AM - 9:00AM	BODY JUMP	BODY COMBAT	AEROBICOS	AEROBICOS	BODY PUMP
11:00AM - 12:00AM	BODY PUMP	AEROBICOS	BODY COMBAT	BODY COMBAT	BODY JUMP
12:00AM - 13:00PM	BAILOTERAPIA	BAILOTERAPIA	BAILOTERAPIA	BAILOTERAPIA	ZUMBA FITNESS
CIERRE DEL LOCAL	CIERRE	CIERRE	CIERRE	CIERRE	CIERRE
15:00PM APERTURA					
17:00PM - 18:00PM	AEROBICOS	BODY COMBAT	AEROBICOS	AEROBICOS	BODY PUMP
18:00PM - 19:00PM	ZUMBA FITNESS	AEROBICOS	ZUMBA FITNESS	ZUMBA FITNESS	AEROBICOS
19:00PM - 20:00PM	BAILOTERAPIA	BODY PUMP	BODY JUMP	BODY JUMP	BODY COMBAT
20:00PM - 21:00PM	BODY PUMP	ZUMBA FITNESS	BAILOTERAPIA	BAILOTERAPIA	ZUMBA FITNESS

INSTRUCTORES	NUMERO DE CLASES A LA SEMANA	COSTO DE LA CLASE	SALARIO MENSUAL
AEROBICOS BAILOTERAPIA	18	8	576
BODY PUMP BODY JUMP	12	8	384
BODY COMBAT	7	8	224
ZUMBA FITNESS	8	8	256
TOTAL MENSUAL DEL AREA DE RITMOS			1440

Elaborado por: autores del proyecto

Tabla 23 Horarios y salarios (Área de pesas y funcional)

AREA DE PESAS Y FUNCIONAL						
HORARIOS	L	M	M	J	V	S
6:00AM - 7:00AM						
7:00AM - 8:00AM						
8:00AM - 9:00AM						
11:00AM - 12:00AM						
12:00AM - 13:00PM						CIERRE
CIERRE DEL LOCAL	CIERRE	CIERRE	CIERRE	CIERRE	CIERRE	
15:00PM APERTURA						
17:00PM - 18:00PM						
18:00PM - 19:00PM						
19:00PM - 20:00PM						
20:00PM - 21:00PM						

INSTRUCTORES	HORAS DE TRABAJO A LA SEMANA	COSTO POR HORA	SALARIO MENSUAL
1	39	4	624
2	30	4	480
TOTAL MENSUAL DEL AREA DE PESAS/FUNCIONAL			1104

Elaborado por: autores del proyecto

Tabla 24 Horarios y salarios (Área de Pole Fitness)

AREA DE POLE FITNESS						
HORARIOS	L	M	M	J	V	S
6:00AM - 7:00AM						
7:00AM - 8:00AM						
8:00AM - 9:00AM						
11:00AM - 12:00AM						
12:00AM - 13:00PM						CIERRE
CIERRE DEL LOCAL	CIERRE	CIERRE	CIERRE	CIERRE	CIERRE	
15:00PM APERTURA						
17:00PM - 18:00PM						
18:00PM - 19:00PM						
19:00PM - 20:00PM						
20:00PM - 21:00PM						

INSTRUCTORES	NUMERO DE CLASES A LA SEMANA	COSTO DE LA CLASE	SALARIO MENSUAL
1	10	6	240
2	10	6	240
TOTAL MENSUAL DEL AREA DE POLE FITNESS			480

Elaborado por: autores del proyecto

Tabla 25 Horarios y salarios (Área de Relajación)

AREA DE RELAJACION					
HORARIOS	L	M	M	J	V
6:00AM - 7:00AM	PILATES	YOGA	TAI-CHI	BODY BALANCE	PILATES
7:00AM - 8:00AM					
8:00AM - 9:00AM	YOGA	TAI-CHI	PILATES	PILATES	YOGA
11:00AM - 12:00AM		BODY BALANCE		YOGA	
12:00AM - 13:00PM	TAI-CHI		BODY BALANCE		BODY BALANCE
CIERRE DEL LOCAL	CIERRE	CIERRE	CIERRE	CIERRE	CIERRE
15:00PM APERTURA					
17:00PM - 18:00PM	BODY BALANCE	BODY BALANCE	YOGA	TAI-CHI	YOGA
18:00PM - 19:00PM	YOGA	TAI-CHI	BODY BALANCE	YOGA	BODY BALANCE
19:00PM - 20:00PM	PILATES	YOGA	TAI-CHI	PILATES	TAI-CHI
20:00PM - 21:00PM	TAI-CHI	PILATES	PILATES	BODY BALANCE	PILATES

INSTRUCTORES	NUMERO DE CLASES A LA SEMANA	COSTO DE LA CLASE	SALARIO MENSUAL
PILATES	9	6	216
TAI-CHI	8	6	192
YOGA	9	6	216
BODY BALANCE	9	6	216
TOTAL MENSUAL DEL AREA DE RELAJACION			840

Elaborado por: autores del proyecto

Tabla 26 Horarios y salarios (Área de Spinning)

AREA DE SPINNING						
HORARIOS	L	M	M	J	V	S
6:00AM - 7:00AM						
7:00AM - 8:00AM						
8:00AM - 9:00AM						
11:00AM - 12:00AM						
12:00AM - 13:00PM						CIERRE
CIERRE DEL LOCAL 15:00PM APERTURA	CIERRE	CIERRE	CIERRE	CIERRE	CIERRE	
17:00PM - 18:00PM						
18:00PM - 19:00PM						
19:00PM - 20:00PM						
20:00PM - 21:00PM						

INSTRUCTORES	NUMERO DE CLASES A LA SEMANA	COSTO DE LA CLASE	SALARIO MENSUAL
1	15	6	360
2	11	6	264
TOTAL MENSUAL DEL AREA DE SPINNING			624

Elaborado por: autores del proyecto

Tabla 27 Horarios y salarios (Área de TRX)

AREA DE TRX						
HORARIOS	L	M	M	J	V	S
6:00AM - 7:00AM						
7:00AM - 8:00AM						
8:00AM - 9:00AM						
11:00AM - 12:00AM						
12:00AM - 13:00PM						CIERRE
CIERRE DEL LOCAL 15:00PM APERTURA	CIERRE	CIERRE	CIERRE	CIERRE	CIERRE	
17:00PM - 18:00PM						
18:00PM - 19:00PM						
19:00PM - 20:00PM						
20:00PM - 21:00PM						

INSTRUCTORES	NUMERO DE CLASES A LA SEMANA	COSTO DE LA CLASE	SALARIO MENSUAL
1	13	6	312
2	12	6	288
TOTAL MENSUAL DEL AREA DE TRK			600

Elaborado por: autores del proyecto

Tabla 28 Horarios y salarios (Área de Cardio)

AREA DE CARDIO						
HORARIOS	L	M	M	J	V	S
6:00AM - 7:00AM						
7:00AM - 8:00AM						
8:00AM - 9:00AM						
11:00AM - 12:00AM						
12:00AM - 13:00PM						CIERRE
CIERRE DEL LOCAL	CIERRE	CIERRE	CIERRE	CIERRE	CIERRE	
15:00PM APERTURA						
17:00PM - 18:00PM						
18:00PM - 19:00PM						
19:00PM - 20:00PM						
20:00PM - 21:00PM						

INSTRUCTORES	NUMERO DE HORAS A LA SEMANA	COSTO POR HORA	SALARIO MENSUAL
1	39	4	624
2	30	4	480
TOTAL MENSUAL DEL AREA DE CARDIO			1104

Elaborado por: autores del proyecto

Tabla 29 Horarios y salarios (Área de Crossfit)

AREA DE CROSSFIT						
HORARIOS	L	M	M	J	V	S
6:00AM - 7:00AM						
7:00AM - 8:00AM						
8:00AM - 9:00AM						
11:00AM - 12:00AM						
12:00AM - 13:00PM						CIERRE
CIERRE DEL LOCAL	CIERRE	CIERRE	CIERRE	CIERRE	CIERRE	
15:00PM APERTURA						
17:00PM - 18:00PM						
18:00PM - 19:00PM						
19:00PM - 20:00PM						
20:00PM - 21:00PM						

INSTRUCTORES	NUMERO DE CLASES A LA SEMANA	COSTO DE LA CLASE	SALARIO MENSUAL
1	15	8	480
2	10	8	320
TOTAL MENSUAL DEL AREA DE CROSSFIT			800

Elaborado por: autores del proyecto

Tabla 30 Horarios y salarios (Área de Kinesis)

AREA DE KINESIS						
HORARIOS	L	M	M	J	V	S
6:00AM - 7:00AM						
7:00AM - 8:00AM						
8:00AM - 9:00AM						
11:00AM - 12:00AM						
12:00AM - 13:00PM						CIERRE
CIERRE DEL LOCAL	CIERRE	CIERRE	CIERRE	CIERRE	CIERRE	
15:00PM APERTURA						
17:00PM - 18:00PM						
18:00PM - 19:00PM						
19:00PM - 20:00PM						
20:00PM - 21:00PM						

INSTRUCTORES	NUMERO DE CLASES A LA SEMANA	COSTO DE LA CLASE	SALARIO MENSUAL
1	15	6	360
2	10	6	240
TOTAL MENSUAL DEL AREA DE KINESIS			600

Elaborado por: autores del proyecto

Tabla 31 Horarios y salarios (Área de Queenax)

AREA DE QUEENAX						
HORARIOS	L	M	M	J	V	S
6:00AM - 7:00AM						
7:00AM - 8:00AM						
8:00AM - 9:00AM						
11:00AM - 12:00AM						
12:00AM - 13:00PM						CIERRE
CIERRE DEL LOCAL 15:00PM APERTURA	CIERRE	CIERRE	CIERRE	CIERRE	CIERRE	
17:00PM - 18:00PM						
18:00PM - 19:00PM						
19:00PM - 20:00PM						
20:00PM - 21:00PM						

INSTRUCTORES	NUMERO DE CLASES A LA SEMANA	COSTO DE LA CLASE	SALARIO MENSUAL
1	15	6	360
2	10	6	240
TOTAL MENSUAL DEL AREA DE QUEENAX			600

Elaborado por: autores del proyecto

Tabla 32 Horarios y salarios (Área de Defensa)

AREA DE DEFENSA					
HORARIOS	L	M	M	J	V
6:00AM - 7:00AM	TAE-BO	DEFENSA PERSONAL MASCULINA	KICK BOXING	DEFENSA PERSONAL FEMENINA	TAE-BO
7:00AM - 8:00AM					
8:00AM - 9:00AM	DEFENSA PERSONAL MASCULINA	KICK BOXING	TAE-BO	TAE-BO	DEFENSA PERSONAL MASCULINA
11:00AM - 12:00AM		DEFENSA PERSONAL FEMENINA		DEFENSA PERSONAL MASCULINA	
12:00AM - 13:00PM	KICK BOXING		DEFENSA PERSONAL FEMENINA		DEFENSA PERSONAL FEMENINA
CIERRE DEL LOCAL 15:00PM APERTURA	CIERRE	CIERRE	CIERRE	CIERRE	CIERRE
17:00PM - 18:00PM	DEFENSA PERSONAL FEMENINA	DEFENSA PERSONAL FEMENINA	DEFENSA PERSONAL MASCULINA	TAI-CHI	DEFENSA PERSONAL MASCULINA
18:00PM - 19:00PM	DEFENSA PERSONAL MASCULINA	KICK BOXING	DEFENSA PERSONAL FEMENINA	DEFENSA PERSONAL MASCULINA	DEFENSA PERSONAL FEMENINA
19:00PM - 20:00PM	TAE-BO	DEFENSA PERSONAL MASCULINA	KICK BOXING	TAE-BO	KICK BOXING
20:00PM - 21:00PM	KICK BOXING	TAE-BO	TAE-BO	DEFENSA PERSONAL FEMENINA	TAE-BO

INSTRUCTORES	NUMERO DE CLASES A LA SEMANA	COSTO DE LA CLASE	SALARIO MENSUAL
TAE-BO	9	6	216
KICK BOXING	8	6	192
DEFENSA PERSONAL MASCULINA	9	6	216
DEFENSA PERSONAL FEMENINA	9	6	216
TOTAL MENSUAL DEL AREA DE DEFENSA			840

Elaborado por: autores del proyecto

Tabla 33 Sueldos personal área operativa

SUELDOS Y SALARIOS DEL AREA OPERATIVA			
ZONA	INSTRUCTORES	SALARIO MENSUAL (INSTRUCTORES) POR AREAS	SALARIO ANUAL (INSTRUCTORES) POR AREAS
AREA DE PESAS/FUNCIONAL	2	1104	13248
AREA DE CARDIO	2	1104	13248
AREA DE RITMOS	4	1440	17280
AREA DE CROSSFIT	2	800	9600
AREA DE RELAJACION	4	840	10080
AREA DE KINESIS	2	600	7200
AREA DE POLE FITNESS	2	480	5760
AREA DE DEFENSA	3	840	10080
AREA DE SPINNING	2	624	7488
AREA DE QUEENAX	2	600	7200
AREA DE TRK	2	600	7200
TOTAL	27	9032	108384

Elaborado por: autores del proyecto

3.8 PROCESOS

3.8.1 Flujograma de procesos

Según Braulio Mejía García autor del libro Gerencia de Procesos, 2006 expresa que los flujogramas son un método para describir de una manera gráfica un proceso utilizando líneas, palabras o símbolos. Los flujogramas permiten entender los procesos mediante documentos o pasos.

A continuación se detallara el proceso a seguir de un cliente previo a la prestación de los servicios del nuevo centro de entrenamiento físico.

- El cliente llega al establecimiento y en recepción solicita información sobre los servicios que ofrece el centro de entrenamiento.

- Un personal de ventas se acerca al cliente y lo lleva a recorrer las instalaciones para que conozca la infraestructura del local y las áreas de ejercicios con las que se cuenta.
- Se le presenta al cliente los instructores que trabajan en cada área del establecimiento.
- Luego del recorrido, se regresa al área de recepción donde el personal de ventas en su área asignada procede a la explicación de los costos y los horarios de los servicios del centro de entrenamiento.
- Luego de recorrer las instalaciones, observar lo que el establecimiento le ofrece y de haber escuchado al personal de ventas, el cliente procede a tomar la decisión de ser parte o no del centro de entrenamiento.
- Si la decisión del cliente es de formar parte del establecimiento como nuevo miembro, una persona del área de recepción y caja se encargara de elaborar la respectiva factura del nuevo usuario.
- Una vez realizada y entregada la factura por la adquisición de los servicios del centro de entrenamiento, el cliente procede a cancelar el valor de la misma.
- Luego de cancelar el cliente su factura, el personal de recepción y caja procede con el llenado de los documentos necesarios para el registro en el sistema del nuevo usuario del establecimiento.
- El personal de la recepción y caja procede a archivar los documentos en el sistema.

A continuación se presenta el flujograma del proceso a seguir de un cliente previo a la prestación de los servicios del nuevo centro de entrenamiento físico.

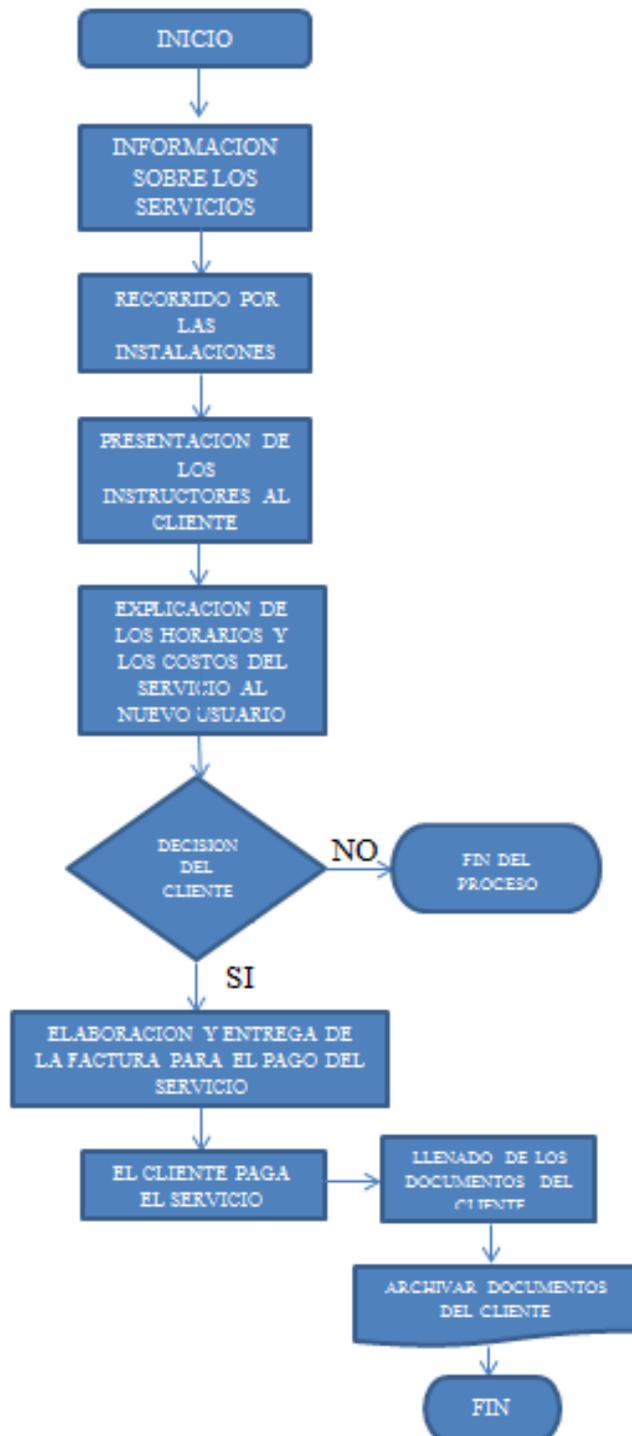


Gráfico 42 Flujograma del proceso de prestación de servicios
Elaborado por: autores del proyecto

3.9 PRESUPUESTO TECNICO

Para la implementación del proyecto fue necesaria la adquisición de los siguientes equipos, maquinas, muebles y otros.

3.9.1 Detalle de muebles y enseres

Tabla 34 Muebles y enseres área administrativa

DETALLE	CANTIDAD
MUEBLES Y ENSERES DEL AREA ADMINISTRATIVA	
Area Recepcion/Caja	
Escritorio	1
Silla giratoria	1
Archivero	1
Telefono	1
Grapadora	2
Resma de hojas	2
Oficina del Gerente	
Escritorio	1
Silla giratoria	1
mesa de centro	1
Muebles	2
Alfombra	1
Telefono	1
Grapadora	2
Resma de hojas	2
Departamento Medico	
Escritorio para el deportologo y nutricionista	2
Silla giratoria para el deportologo y nutricionista	2
mesa de centro	1
muebles	2
Archivero para nutricionista y deportologo	2
Grapadora	2
Camilla	1
Telefono	2
Zona de Descanso o Lounge	
mesa para computadoras e impresora	1
Muebles	4
mesa de centro	1
Alfombra	1
Mesa de billar	1
Bar	
Mesa grande	1
Mesa pequeñas	10
Sillas	40
TOTAL MUEBLES Y ENSERES AREA ADM.	

Tabla 35 Muebles y enseres área operacional

DETALLE	CANTIDAD
MUEBLES Y ENSERES DEL AREA OPERACIONAL	
Zona Funcional	
Cajones de Pilometria o funcionales de 31,46,61,76cm (2 de cada uno)	8
Zona de Ritmos	
Steps	25
Colchonetas	25
Bastones	25
cama elastica pequeña (body jump)	22
casillero de 30 espacios	1
Zona de Crossfit	
Cajones de Pilometria o funcionales de 31,46,61,76cm (2 de cada uno)	8
Zona de Relajacion	
Tapetes para yoga y body balance (14 por cada clase + profesor)	15
Fitball para la clase de Body Balance	12
Colchonetas para pilates	12
Zona de Pole Fitness	
Muebles	3
Baños	
casillero de 30 espacios hombres y mujeres	2
Bodega	
Casilleros de herramientas	1
Zona de descanso o Lounge	
Mesa de billar	1
Todas las Zonas Operacionales	
Mesas de Centro	11
TOTAL MUEBLES Y ENSERES AREA OPERACIONAL	

3.9.2 Detalle de equipos de oficina

Tabla 36 Equipos de oficina

DETALLE	CANTIDAD
EQUIPOS DE OFICINA	
Area Recepcion/Caja	
Televisor Led "42"	1
A/C split	1
Caja registradora	1
Oficina del Gerente	
A/C split	1
Televisor Led "32"	1
Zona de pesas y funcional	
Equipo de sonido	1
Televisor Led "32"	4
Zona de descanso o Lounge	
Televisor Led "42"	1
Equipo de sonido	1
Play Station 3	1
Departamento Medico	
A/C split	1
Zona de Ritmos	
Equipo de sonido	1
Televisor Led "32"	2
Zona de TRK	
Equipo de sonido	1
Zona de Queenax	
Equipo de sonido	1
Zona de Crossfit	
Equipo de sonido	1
Televisor Led "32"	4
Zona de Defensa Personal	
Equipo de sonido	1
Zona de Spinning	
Equipo de sonido	1
Televisor Led "32"	2
Zona de Relajacion	
Equipo de sonido	1
Zona de Cardio	
Televisor Led "32"	4
Equipo de sonido	1
Zona de Pole Fitness	
Equipo de sonido	1
Zona de Kinesis	
Equipo de sonido	1

DETALLE	CANTIDAD
EQUIPOS DE OFICINA	
Bodega	
Lavadora	1
Secadora	1
Aspiradora	1
TOTAL DE EQUIPOS DE OFICINA	

3.9.3 Detalle de equipos de computación

Tabla 37 Equipos de computación

DETALLE	CANTIDAD
EQUIPOS DE COMPUTACION	
Area Recepcion/Caja	
Computadora de escritorio	1
Oficina del Gerente	
Computadora de escritorio	1
Departamento Medico	
Computadora de escritorio	1
Software Sistema Gym Manager	1
Impresoras	
Pixma MG 2410 Multifuncional	5
Zona de descanso	
Computadora de escritorio	5
TOTAL EQUIPOS DE COMPUTACION	

3.9.4 Detalle de acondicionamientos

Tabla 38 Acondicionamientos

DETALLE	CANTIDAD
ACONDICIONAMIENTOS	
Area Recepcion/Caja	
Alfombra	1
Reloj de pared	1
Lampara de techo	1
Pintura (galones)	1
Zona de pesas y funcional	
Piso de madera (zona funcional 46 m2)	50
Piso ball color negro (500 m2) planchas de 1 metro	500
Espejos (4metros)	5
Lampara de techo	3
Pintura (galones)	1
Oficina del Gerente	
Piso de madera (20 m2) planchas de 1 metro	20
lampara de techo	1
Cuadro de pared	1
Planta para decoracion	1
Puerta de oficina	1
Pintura (galones)	1
Bodega	
Baldosa (50 m2)	50
Pintura (galones)	1
Puerta	1
Departamento Medico	
Piso de madera (50 m2) plancha de 1 metro	50
Cuadro de pared	1
Lampara de techo	1
Puerta	1
Zona de descanso o Lounge	
Piso de madera (86 m2) plancha de 1 metro	86
Alfombra grande	1
Iluminacion	1
Baño Masculino	
Baldosa antideslizante (50 m2) baldosas de 1 metro	50
Puertas	5
Urinaris	4
Lavamanos con espejos	4
Ducha cajas individuales	3
Servicios higienicos	4
Iluminacion	1

Tabla 39 Acondicionamientos (2)

DETALLE	CANTIDAD
ACONDICIONAMIENTOS	
Zona de TRX	
Piso de madera (70 m2) plancha de 1 metro	70
Pintura (galones)	2
Iluminacion	1
Puerta doble de vidrio	1
Zona de Ritmos	
Piso de madera (120 m2) plancha de 1 metro	120
Pintura (galones)	1 1/2
Espejos (4metros)	1
Iluminacion	1
Puerta doble de vidrio	1
Zona de Queenax	
Piso de madera (30 m2) plancha de 1 metro	30
Iluminacion	1
Pintura (galones)	2
Zona de Crossfit	
Piso ball color negro (216 m2) planchas de 1 metro	35
Puerta doble de vidrio	1
Pintura (galones)	2
Iluminacion	1
Baño Femenino	
Baldosa antideslizante (50 m2) baldosa de 1 metro	50
Puertas	5
Servicios higienicos	4
Lavamanos con espejos	3
Iluminacion	1
Duchas individuales cajas	4
Zona de Cardio	
Piso de madera (110 m2) plancha de 1 metro	110
Pintura (galones)	2
Iluminacion	1
Espejos (4metros)	6
Puerta de Vidrio doble	1
Zona de Spinning	
Piso de madera (45 m2) planchas de 1 metro	45
Puerta doble de vidrio	1
Espejos (4metros)	5
Pintura (galones)	2

Tabla 40 Acondicionamientos (3)

DETALLE	CANTIDAD
ACONDICIONAMIENTOS	
Zona de Spinning	
Iluminacion	1
Zona de Pole Fitness	
Piso de madera (35 m2) planchas de 1 metro	35
Puerta doble de vidrio	1
Espejos (4metros)	4
Pintura (galones)	1
Iluminacion	1
Zona de Defensa Personal	
Piso de madera (30 m2) planchas de 1 metro	30
Puerta doble de vidrio	1
Pintura (galones)	1
Iluminacion	1
Zona de Relajacion	
Piso de madera (40 m2) planchas de 1 metro	40
Puerta doble de vidrio	1
Pintura (galones)	1
Iluminacion	1
Espejos (4metros)	4
Zona de Kinesis	
Piso de madera (40 m2) planchas de 1 metro	40
Puerta doble de vidrio	1
Pintura (galones)	1
Iluminacion	1
Adecuaciones generales	
Plantas decorativas	5
Lamparas de techo (primer y segundo piso)	6
Ventiladores Electric Life	8
Acondicionamientos y adecuaciones de infraestructura	
TOTAL DE ACONDICIONAMIENTOS	

3.9.5 Detalle de maquinas

Tabla 41 Maquinas

DETALLE	CANTIDAD
ACTIVOS FIJOS (EQUIPAMIENTO)	
Zona de pesas y funcional	
Area de pecho, biceps, triceps	
MC142 maq. De pecho plano con placas	1
MC143 maq. De pecho inclinado con placas	1
MC144 peck deck + deltoides	1
MC155 extension de ticeps	1
MC220 banco de pecho plano	1
MC221 banco de pecho inclinado	1
MC222 banco de pecho declinado	1
MC253 banco plano	1
MC245 predicador sencillo	1
MC250 banco multiple	2
Area de piernas	
GL-0101 gluteos vertical	1
GL-0102 multihip	1
MC101 femoral acostado	1
MC102 femoral sentado	1
MC103 prensa atletica	1
MC104 extension y femoral	1
MC105 aductores	1
MC106 abductores	1
MC120 pantorrilla parada	1
MC200 prensa hack	1
MC202 jaula de sentadillas	1
MC203 smith machine sin contrapeso	1
MC205 pantorrilla sentada	1
Area de hombros	
HB-0101 hammer de hombros	1
MC124 barra T	1
MC151 deltoides	1
MC160 hombros con placas	1
MC252 banco para hombros	1
Area de poleas	
M125 polea alta	1
MC126 polea baja	1
MC127 polea gemela horizontal	1
Area de abdominales	
MC165 abdominales con placas	1
MC166 fondo de paralelas	1
MC230 giro de cintura	1
MC240 tabla de abdominales	1
MC315 hammer de abdominales	1

Tabla 42 Maquinas (2)

DETALLE	CANTIDAD
ACTIVOS FIJOS (EQUIPAMIENTO)	
Zona de pesas y funcional	
Area de espalda	
MC130 graviton	1
MC312 polea gemela en V	1
Zona Funcional	
Maquina de core pole	1
Equipos varios para zona de pesas y funcional	
Portadiscos con discos incluidos de varios tamaños	5
JV-030 porta mancuernas	2
MEIC mancuernas de caucho hexagonal de 5 a 90 libras (juegos)	50
BR1.50 barra regular	1
BR1.80 barra regular	1
BR2.20 barra regular	1
BREZ barra regular ezeta	1
BRR barra romana	1
BRZ barra zetal	1
BO1.50 barra olimpica	1
BO1.80 barra olimpica	1
BO500 barra olimpica de 2.20 mts para 500lbs	1
BO700 barra olimpica para 700 lbs	1
023 cabo de triceps	1
027 barra de triceps giratoria	1
028 barra deltoides	1
029R manopla con caucho	1
044R barra triangulo con caucho	1
Cinturones	10
Fajas	10
juego de gliding (x2)	5
Fitball pequeño	5
Fitball mediano	5
Fitball grande	5
Bosu	5
Ketbell de 10 a 90 lbs (10 de cada uno de 6 pesos distintos)	60
Balones medicinales de 1kg	5
Balones medicinales de 2kg	5
Balones medicinales de 3kg	5
Balones medicinales de 4kg	5
Balones medicinales de 5kg	5
Balones medicinales de 6kg	5
Body bar de 8lbs de colores	5
Body bar de 10lbs de colores	5

Tabla 43 Maquinas (3)

DETALLE	CANTIDAD
ACTIVOS FIJOS (EQUIPAMIENTO)	
Departamento medico	
Balanza electronica	1
Medidor de presion electronico	2
Medidor electronico de temperatura	2
Medidor de estatura	1
Cintas metricas	1
Electrocardiograma	1
ACTIVOS FIJOS (EQUIPAMIENTO)	
Zona de TRK	
TRX kit training	10
Zona de Ritmos	
Clase de Bailoterapia y Aerobicos	
MAIA1KG mancuernas de vinyl de colores (Juegos)	
1 kg	20
2kg	20
3kg	20
Clase de Body Pump	
Porta discos para olimpicos y regulares (con discos incluidos)	2
BR1.50 barra regular de 1.50 mts	20
Zona de Queenax	
Maquina de Queenax (4 maq. De 4 personas)	4
Zona de Crossfit	
BOC30MM barra olimpica crossfit 30mm resiste 1000lbs	15
Anillos olimpios para entrenamiento funcional	8
Balon medicinal de 5 lbs	5
Balon medicinal de 10 lbs	5
Balon medicinal de 15 lbs	5
Balon medicinal de 20 lbs	5
Balon medicinal de 1kg	5
Balon medicinal de 2kg	5
Balon medicinal de 3kg	5
Balon medicinal de 4kg	5
Balon medicinal de 5kg	5
Balon medicinal de 6kg	5
Balon medicinal de 7kg	5
Bandas crossfit de 6.4 mm	5
Bandas crossfit de 13 mm	5
Bandas crossfit de 19 mm	5
Bandas crossfit de 21 mm	5
Bandas crossfit de 25.4 mm	5
Bandas crossfit de 29 mm	5
Bandas crossfit de 32 mm	5

Tabla 44 Maquinas (4)

DETALLE	CANTIDAD
ACTIVOS FIJOS (EQUIPAMIENTO)	
Zona de Crossfit	
Bandas crossfit de 38,1 mm	5
Bandas crossfit de 45 mm	5
Bandas crossfit de 64 mm	5
Bandas crossfit de 83 mm	5
Bandas crossfit de 101,6mm	5
Barras Taishan de 15kg	15
Barras Taishan de 20kg	15
Bump Hi Temp	15
GHD	5
Soga para Battle Rope	5
Ketbell desde 10 hasta 90 lbs	50
Bar	
Congelador grande (bar del primer piso)	2
Licuada (Bar)	3
Tostadora (bar)	1
Tetera (bar)	1
Microondas (bar)	1
Zona de Pole Fitness	
Tubos Galvanizados	6
Colchoneta para baile en barra	6
Guantes para pole dance	10
Zona de Kinesis	
Maquinas de Kinesis	6

DETALLE	CANTIDAD
ACTIVOS FIJOS (EQUIPAMIENTO)	
Zona de Defensa Personal	
Pera para golpear	5
Saco de box en varias medidas de 0.90 mts	1
Saco de box en varias medidas de 1.20 mts	1
Saco de box en varias medidas de 1.50 mts	2
Saco de box en varias medidas de 1.80 mts	2
Zona de Relajacion	
Clase de Pilates	
Maquina Pilates Power Gym	10
Cintas elasticas	10
Clase de Yoga	
Cinturon de yoga de una longitud entre 1.50 y 2 mts para estirar piernas	10
bloque de yoga de madera, corcho o espuma (2 de cada uno)	10
silla plegable de aluminio	10
Zona de Spinning	
80-531 bicicleta spinning	16
Zona de Cardio	
Steeper	2
Caminadora DXZ-C7	7
Caminadora Run Fit99 3hp	1
PR300 Upright Bike	1
PU300 Recumbent Bike	1
Roll Fit-99	1
FT6805 Eliptica	3
Remo Matriz	2
TOTAL DE ACTIVOS FIJOS	

3.9.6 Detalle de menaje

Tabla 45 Menaje

DETALLE	CANTIDAD
MENAJE	
Tacho de basura plastico grande	3
Tacho de basura plastico pequeño	4
Toallas de baño (masculino y femenino)	20
Fundas de basura (rollos grandes y pequeños)	10
TOTAL DE MENAJE	

3.9.7 Detalle de materiales de limpieza

Tabla 46 Materiales de limpieza

DETALLE	CANTIDAD
MATERIALES DE LIMPIEZA	
Escobas	4
Baldes con trapeador	3
Trapos para limpieza general	10
Desinfectante de piso (galones)	2
Limpiador de vidrio (botellas)	4
paca de 12 rollos de papel higienico grande	4
TOTAL DE MATERIALES DE LIMPIEZA	

3.9.8 Detalle de Seguridad y control interno

Tabla 47 Seguridad y control interno

DETALLE	CANTIDAD
SEGURIDAD Y CONTROL INTERNO	
Sistema Alarma Inalambrica para empresas Hybrida Gsm + Pstn Lcd Sms	1
kit video vigilancia 8 camaras + Dvr sistema de seguridad	2
Metro de cerco electrico con instalacion	64
detectores de humo foto electricos	10
Sistema de seguridad monitoreo de alarmas y respuesta armada (Empresa Monitronic)	1
cerco electrico 15.000 voltios	1
TOTAL DE SEGURIDAD Y CONTROL INTERNO	

3.9.9 Detalle de Seguridad Cuerpo de Bomberos

Tabla 48 Seguridad Cuerpo de Bomberos

DETALLE	CANTIDAD
SEGURIDAD CUERPO DE BOMBEROS	
Extintores	4
Tramos de manguera 1 1/2 pulgada 30metros	4
lamparas de seguridad señalética reflectiva	4 10
TOTAL SEGURIDAD CUERPO DE BOMBEROS	

3.9.10 Detalle de insumos

Tabla 49 Insumos

DETALLE	CANTIDAD
INSUMOS	
cajas de 24 botellas de bebida hidratante Powerade	3
pacas de 24 botellas de yogurt Toni dietico	2
pacas de 24 botellas de yogurt Toni normal	2
caja de 24 botellas de agua Dasani	3
caja de 24 botellas de jugo del Valle	3
TOTAL DE MATERIA PRIMA E INSUMOS	

3.10 PROVEEDORES

Taurus Fitness Company

Como proveedor de máquinas e insumos necesarios para la implementación del gimnasio, se contara con la empresa TAURUS FITNESS COMPANY la cual es una empresa manufacturera e importadora de equipos para gimnasios, funciona en la ciudad de Guayaquil desde hace 15 años y es la empresa líder en venta y servicio del mercado fitness, poseen un showroom con más de 1.000 metros cuadrados de exhibición de todo tipo de máquinas como por ejemplo caminadoras, equipos para crossfit, máquinas de

musculación etc. También cuenta con una bodega amplia de casi 2.000 metros cuadrados en donde almacenan toda la variedad de artículos y repuestos en stock ofreciendo a sus clientes un servicio ágil, efectivo y de calidad. (TaurusFitnessCompany, 2014)

Se eligió a este proveedor ya que es el único capacitado para poder equipar al nuevo centro de entrenamiento ya que en la ciudad donde se instalara el establecimiento no existen negocios que cuenten con la capacidad para proveer el equipamiento a la nueva empresa, además muchos de los gimnasios de la ciudad de Manta también tienen a TAURUS FITNESS COMPANY como su principal distribuidor, otro punto clave fue que cuenta con diversidad de máquinas, equipos e insumos, también se encarga del transporte y la instalación de las máquinas en la ciudad de Manta y el costo tanto del flete por vía terrestre y la instalación está incluido en el precio de venta de los equipos. La empresa TAURUS FITNESS COMPANY nos ofrece un 10% de descuento en la compra de las máquinas y demás equipamiento necesario para las áreas operativas del centro de entrenamiento..

Dirección Guayaquil: ciudadela Comegua Manzana B solar 13 (frente al monumento del Cenepa) PBX: 593-04-2274866.

Artefacta

Para la adquisición de los equipos de cómputo, aires acondicionados, televisores, equipos de audio, equipo de entretenimiento, electrodomésticos pequeños para uso del bar se eligió como proveedor a Almacenes Artefacta puesto que aparte de ofrecer productos de buena calidad, también ofreció un 10% de descuento en el valor total de la factura de venta, lo que representa un ahorro para el nuevo centro de entrenamiento físico.

Dirección Manta: Avenida Segunda entre Calles 11 y 12 junto al Banco de Pichincha Teléfonos: (05) 2628-878.

Distribuidora de Coca Cola

Las bebidas hidratantes, agua y jugos que se venderán en el bar del establecimiento serán exclusivamente adquiridos a una distribuidora de la empresa Coca Cola la cual nos facilitaran sin costo dos equipos de enfriamiento (congeladores) para colocar los productos.

Dirección Manta: avenida 4 de noviembre

Almacenes Boyacá

Para la adquisición de muebles, artículos para baños, artículos de limpieza, pisos, alfombras, iluminación/ventiladores. Se eligió a la empresa Almacenes Boyacá por su variedad y calidad de productos, además que ofrecieron un descuento del valor total de la factura de venta del 8%.

Dirección Manta: avenida Circunvalación y calle 30. Teléfono 593-05-2622126.

Metalform

Para la adquisición de muebles de oficina, divisiones de ambientes y decoraciones se eligió a la empresa Metalform.

Dirección Manta: edificio del Bank planta baja frente a la Plaza Cívica.
Teléfonos: 593-05-2620949.

Ferrisariato

Los materiales eléctricos, de ferretería, plomería, herrajería y cerrajería se los adquirirá en el local de Ferrisariato.

Dirección en Manta: C.C. El Paseo Shopping. Teléfono 593-05-2924300.

Disensa

Los materiales de construcción necesarios para la adecuación del local del nuevo centro de entrenamiento físico serán adquiridos en la franquicia de Disensa Disveca S.A.

Dirección en Manta: av. 4 de Noviembre y Calle #123. Teléfono 593-05-2920520.

Pinturas Unidas

Los galones de pintura necesarios para pintar el establecimiento del centro de entrenamiento serán adquiridos en la empresa Pinturas Unidas, la cual cuenta con la variedad de colores y tonos que se necesitan.

Dirección en Manta: av. 113 y calle Oliva Miranda. Teléfono 593-05-2925543

Empresa de seguridad y de vigilancia del centro de entrenamiento físico

- La empresa que se contratara para el servicio de seguridad física será SAINMAN S.A. Dirección Manta: Calle 20 S/N y Av. Flavio Reyes. Teléfono: 593-05-2626676.
- La empresa MONITRONIC será la encargada de monitorear las alarmas y el kit de cámaras de seguridad que se instalaran en el establecimiento. Dirección Manta: es una empresa que se encuentra ubicada en la ciudad de Manta en la Calle 11 y avenida 2. Teléfono: 593-05-262103.

3.11 DESCRIPCION DE LA EMPRESA

3.11.1 LOGO

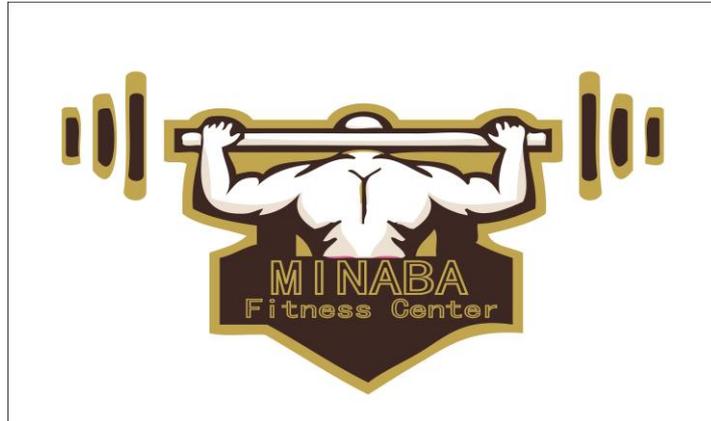


Grafico 43 Diseño de Logo de la empresa
Elaborado por: Gary Solórzano

3.11.2 NOMBRE

El centro de entrenamiento físico llevara el nombre de MINABA FITNESS CENTER y el slogan será “Fuerza, salud y recreación. Lo mejor del fitness, ahora a tu disposición.”

3.11.3 MISION

MINABA FITNESS CENTER es una empresa que se dedica a ofrecerle al usuario una diversidad de servicios fitness, equipamiento actualizado, profesionales capacitados, calidad en la atención al cliente, seguridad e infraestructura amplia y cómoda.

3.11.4 VISION

Ser reconocido como el principal establecimiento fitness de la ciudad de Manta en su primer año de funcionamiento.

3.11.5 OBJETIVOS

- Ofrecer lo mejor del fitness actual en un mismo lugar.
- Lograr alcanzar la cuota de clientes mensual fijada para el inicio de las operaciones.
- Superar las expectativas del usuario, ofreciéndoles una alternativa distinta a lo tradicional.
- Llegar a ser líderes del mercado y pioneros en este tipo de servicios fitness en la ciudad de Manta.
- Colaborar con la disminución del sedentarismo en la ciudad.

3.11.6 FILOSOFIA

- Entregar siempre un servicio de calidad al cliente.
- Contar con un personal profesional y capacitado para desarrollarse en cada una de las áreas.
- Ofrecer al usuario un servicio no excluyente, esto quiere decir que por un mismo valor pueda utilizar todas las instalaciones del centro de entrenamiento.
- Ofrecer al cliente un espacio donde realizar ejercicios y que al mismo tiempo se pueda divertir y pasar un momento ameno.

3.11.7 VALORES CORPORATIVOS

- Responsabilidad
Fomentar a los usuarios del centro de entrenamiento la cultura del ejercicio para mantener un cuerpo y mente sana. También fomentar el cuidado del medio ambiente por medio de campañas de limpieza de la playa que se encuentra frente del establecimiento y la correcta eliminación de los desechos que produzca el local ya sea plástico, papel, cartón, vidrio o agua.

- **Innovación**
El innovar será una de las prioridades de la empresa, buscar siempre ofrecer nuevas alternativas al usuario en ejercicios y equipamiento.
- **Honestidad**
Actuar siempre de manera correcta tanto con los usuarios del establecimiento, como también con los proveedores y trabajadores. Jamás cobrar un valor económico por algo que el cliente no va a recibir
.
- **Solidaridad**
Fomentar la solidaridad entre compañeros de trabajo y clientes, por ejemplo: ayudar a alguien en el caso de que esté realizando mal un ejercicio el cual afecte a su integridad física enseñándole o mostrándole la forma correcta de realizarlo. Que entre compañeros de trabajo exista la colaboración en momentos de que se requiera ayuda ya sea en algo laboral o personal, que no exista egoísmo.
- **Respeto**
Mantener una relación cordial y de respeto entre compañeros de trabajo y entre trabajadores con los clientes del establecimiento.
- **Compromiso**
Trabajar en equipo para alcanzar las metas de la empresa.

3.11.8 MATRIZ FODA

Fortalezas

- Se conoce las necesidades del mercado, la falta de establecimientos y de diversidad de servicios y de horarios para que las personas puedan acudir a practicar su actividad preferida en el horario que ellos puedan.
- Se posee un proveedor de las maquinarias dentro del territorio ecuatoriano, lo que nos permite comprar directamente y ya no tener que importar lo que aumentaría los costos.
- Existe una alta demanda de personas que desean practicar alguna actividad física dentro de un establecimiento fitness.
- No existe competencia ya que el nuevo centro de entrenamiento será el primer negocio dentro de la ciudad de Manta con este tipo de características, infraestructura y diversidad de ejercicios.
- Al ser una ciudad pequeña, las distancias son muy cortas y existe accesibilidad mediante bus urbano y taxis hacia el nuevo centro de entrenamiento.

Oportunidades

- La ciudadanos de Manta necesitan de un establecimiento donde puedan encontrar otras actividades distintas a las ofrecidas por los negocios que funcionan actualmente.
- Falta de equipamiento e infraestructura idonea para la practica fisica.
- Debido a la gran demanda insatisfecha que existe se podra recuperar la inversion inicial en menos tiempo de lo que le tomaria a otro gimnsio instalado en otra ciudad.
- Basados en esa misma demanda, el crecimiento del negocio se podra dar de una forma rapida.

- Facilidades para obtener financiamiento para la implementación del centro de entrenamiento, ya sea por medio de una institución financiera privada o del estado.

Debilidades

- La inversión inicial para la instalación y puesta en marcha del centro de entrenamiento es muy alta.
- No contar con un local propio dentro de la ciudad de Manta.
- En la ciudad de Manta no existen proveedores de máquinas de ejercicios que cuenten con el volumen y la diversidad que se requiere para la implementación de este negocio, obligatoriamente hay que recurrir a proveedores fuera de la ciudad.
- El personal especializado para que dirija las áreas operativas dentro del establecimiento no existe en gran cantidad.

Amenzas

- Que en poco tiempo entre en funcionamiento un nuevo local fitness de las mismas características del proyecto.
- Inestabilidad económica en el país.
- Alza en los costos de arrendamientos e impuestos.
- Factores climáticos.
- Falta de interés por parte de las personas por el cuidado de su cuerpo y salud.

3.11.9 FACTORES CLAVES DEL ÉXITO

- Infraestructura que brinde comodidad a los clientes del centro de entrenamiento.
- Brindar una variedad de servicios, buena atención a los usuarios.
- Profesionales capacitados para dictar las clases en las distintas áreas de ejercicios.

- Realizar un análisis de los clientes cada cierto tiempo para examinar la calidad de servicio que se le ofrece al usuario y nivel de satisfacción de ellos hacia la empresa.
- Ofrecer alternativas de pago para las mensualidades ya se en dinero en efectivo o tarjeta de crédito o débito.
- Capacitación constante del personal operativo del centro de entrenamiento.

3.11.10 MATRIZ 5 FUERZAS DE PORTER

Para el análisis de este tema se tomó como referencia el libro “Ventaja Competitiva” del autor Michael E. Porter, 2010 en el cual explica que existen cinco fuerzas que determinan las consecuencias de rentabilidad a largo plazo de un mercado o de algún segmento de éste, en el proyecto se debe evaluar sus objetivos y recursos frente a éstas cinco fuerzas que rigen la competencia.

Estas 5 fuerzas que define Michael E. Porter son: Amenaza de nuevos competidores, el poder de negociación de los proveedores, el poder de negociación de los compradores, la amenaza de productos sustitutos y de la rivalidad entre los competidores. Las cuales van a ser analizadas detalladamente.

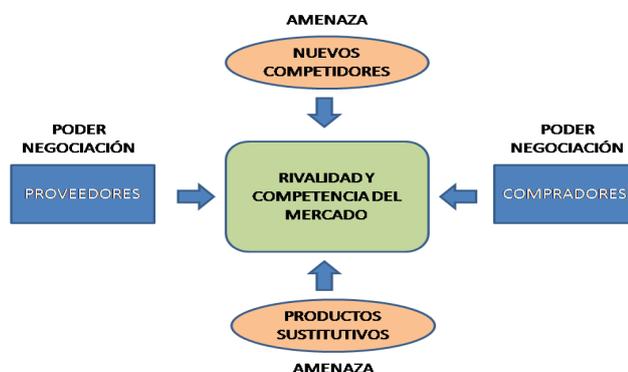


Grafico 44 Las 5 fuerzas de Porter
Elaborado por: autores del proyecto

1. Amenaza de nuevos competidores

El mercado para este proyecto será atractivo dependiendo de si sus barreras de entrada son fáciles o no de atravesar por nuevos competidores que puedan llegar con recursos y capacidades para apoderarse de una porción del mercado en la ciudad de Manta. Es importante recalcar que si aparecen nuevos competidores, la competencia en la mayoría de los casos favorecerá a los consumidores al obligar a las empresas a aminorar los precios, y además los costos subirán debido a que la empresa deberá realizar gastos adicionales para poder por lo menos mantener su cuota de mercado.

La amenaza de entrada de nuevos competidores para el proyecto la podemos determinar baja debido a que la barrera de entrada para poder ingresar a este mercado es alta por motivo de que los costos de inversión del proyecto son altos por los elevados valores de las maquinas necesarias para el funcionamiento del centro de entrenamiento, otra causa para que la barrera no se pueda franquear fácilmente son los conocimientos para el montaje de este tipo de negocios por lo que se ofrecerá una variedad de máquinas, áreas de trabajo y diversidad de clases y ejercicios para ejercitarse.

2. Poder de negociación de los proveedores

Podemos decir que el mercado no será atractivo cuando existe un único proveedor o a su vez los proveedores estén organizados gremialmente y puedan tomar decisiones en conjunto, estos factores permiten que los distribuidores tengan el poder de imponer sus condiciones de precio y tamaño del pedido. La situación se volverá complicada para la empresa si los materiales que suministran son claves para el correcto funcionamiento de la empresa, no existan sustitutos de dichos materiales o son pocos y de alto costo. Todo se dificulta aún más si al proveedor estratégicamente se integra hacia adelante o en otras palabras el proveedor elimina a los distribuidores y decide realizar la distribución y/o las funciones minoristas dentro del canal de

distribución permitiéndole a estas empresas adquirir conocimientos del comportamiento de los consumidores.

Podemos calificar el poder de negociación de los proveedores de máquinas y equipamiento de gimnasios en el proyecto como alta debido a que se le deberá adquirir todo a un solo proveedor, pues es el único capacitado para surtir el equipamiento necesario y porque este se encuentra ubicado en una ciudad cerca de donde se va a instalar el proyecto. Las máquinas son fundamentales para el funcionamiento del negocio, además por la naturaleza de estos tipos de establecimientos es frecuente hacer uso de proveedores que brinden mantenimiento de las máquinas de ejercicios y posean un gran stock de repuestos en caso de que las máquinas sufran alguna avería o daño, estos negocios en la ciudad de Manta que ofrezcan diversidad de servicios no existen por lo que se debe recurrir a un proveedor de Guayaquil que si posee la capacidad como el TAURUS FITNESS COMPANY. Para adquirir muebles, equipos, electrodomésticos, materiales de limpieza, pisos, muebles de oficina, materiales eléctricos, de seguridad etc. si existe una variedad y diversidad de proveedores a los que se les puede adquirir dichos elementos por esa razón es claro analizar que en este tipo de casos no existe poder de negociación de los proveedores.

3. Poder de negociación de los compradores

Este poder se da en el caso de que los clientes estén muy bien organizados, o el modelo de negocio planteado tenga varios o muchos sustitutos, el producto ofrecido no es diferenciado o es de bajo costo para el consumidor, lo que permite que pueda hacer sustituciones por igual o a muy bajo costo. A mayor organización de los consumidores mayores serán también sus requerimientos en materia de disminución de precios, aumento de calidad y servicios y por consiguiente el proyecto tendrá una disminución en los márgenes de utilidad. Todo esto se complica más si dichas organizaciones de compradores les conviene estratégicamente integrarse hacia atrás específicamente hablando del proyecto dicha integración se refiere a que si

los consumidores se reúnen y organizan actividades deportivas dejando a un lado los servicios que se ofrece en el proyecto.

Actualmente existe un cierto poder de negociación en los clientes del proyecto porque aunque los consumidores no estén organizados como lo expresado en el párrafo anterior y no puedan lograr disminuir los costos o algún otro cambio que afecte negativamente a la empresa, si existen gimnasios con menor infraestructura a costos más bajos que el del nuevo centro de entrenamiento y en diferentes ubicaciones en la ciudad de Manta lo que le da la opción al cliente de cambiar su preferencia hacia el negocio rápidamente. La estrategia que usa la empresa de diferenciación del servicio disminuye los efectos negativos que se pueden generar por el poder de negociación que tienen los consumidores.

4. Amenaza de ingreso de productos sustitutos

Un mercado no será atractivo si existen productos sustitutos ya sea real o potencial. La situación es crítica si los sustitutos están más avanzados tecnológicamente, pueden ingresar al mercado a precios más bajos reduciendo los márgenes de utilidad del negocio o su calidad es notoriamente superior al que se puede ofrecer.

La amenaza de ingreso de productos sustitutos es baja para este modelo de negocio no podemos hablar de que existe otra manera de conservar la salud física que no sea el ejercicio o por lo menos la práctica de alguna disciplina de deporte, y aunque en el medio existan muchas publicidades de productos que prometen bajar de peso y conservar su salud no son reales y están extremadamente lejos de convertirse en un producto sustituto a los espacios para realizar ejercicios físicos.

5. La rivalidad entre los competidores

Para una empresa nueva será muy difícil competir en un mercado donde los competidores estén bien posicionados, sean numerosos y los costos fijos

sean elevados, esto provocaría que constantemente estén enfrentadas a guerras de precios, campañas publicitarias agresivas, promociones y entrada de nuevos productos. Es claro que entre más competidores existan en un mercado menos rentable será este.

Existen algunos competidores en el modelo de negocio del proyecto aunque no tan numerosos pero existentes, pero la ventaja estratégica del proyecto es la unificación de estos lugares en uno solo con instructores especializados en cada una de las diferentes áreas lo cual no existe en la ciudad de Manta, con estos antecedentes podemos definir a la rivalidad entre los competidores como media, ya que no podrán competir solitariamente con la empresa por existir diferenciación en los servicios al ser todos integrados en un mismo espacio, la diversidad de ejercicios o clases, el tamaño de la infraestructura y la capacidad instalada además de la calidad de servicio ofrecida a los futuros clientes.

3.12 PLAN DE MARKETING

Para realizar este punto de la investigación se tomara como referencia al autor Philip Kotler en su libro Dirección del Marketing, 2010 en el cual explica algunos conceptos importantes como los que se presentan a continuación:

Definición de Marketing: proceso mediante el cual una o varias personas obtienen lo que necesitan mediante el intercambio de bienes y servicios.

Ventajas del pionero: Ser el primero en el mercado muchas veces puede ser beneficioso pero en otras ocasiones se puede volver riesgoso como también costoso. Implantarse después en un mercado puede resultar más conveniente siempre y cuando la empresa aporte con tecnología y calidad.

Concepto de marketing: La clave para que una empresa sea exitosa consiste en ser más eficaz que sus competidores, en cuanto a lo que se refiere a crear, entregar y comunicar valor al mercado al donde se va a dirigir.

3.13 MARKETING MIX

Se entiende por mezcla de marketing al conjunto de instrumentos que la empresa emplea para alcanzar sus objetivos en su mercado meta. En su libro cita a Mc Carthy el cual clasifica esos instrumentos en un grupo llamado las cuatro "Pes".

Las cuatros Pes:

- Producto (Es una solución para el cliente)
- Precio (Cuanto le va a costar al cliente)
- Plaza (Donde se ubica el negocio o la empresa)
- Promoción (Como el cliente se puede enterar acerca de la empresa)

3.13.1 PRODUCTO

El nuevo centro de entrenamiento físico será el primer local fitness multifuncional que ofrezca diversidad de servicios, equipos y maquinarias, también contara con una infraestructura amplia y cómoda que actualmente no existe en la ciudad de Manta. Estará ubicado en la Avenida Malecón, el establecimiento contara con distintas áreas o zonas de ejercicios con clases en diferentes horarios para que los clientes puedan tener más opciones al día para acudir a practicar su actividad preferida.

3.13.2 PLAZA

El nuevo centro de entrenamiento se encontrara ubicado en todo el casco comercial y turístico de la ciudad de Manta, a sus alrededores se podrán encontrar Bancos, Museo, almacenes, parques, la zona rosa de la ciudad como es la avenida Flavio Reyes que es el área de diversión de los habitantes, también se encuentra cerca del Hotel Oro Verde y estará frente a la playa del Murciélago que es la más concurrida por los turistas y ciudadanos de Manta lo cual le brindara al cliente del establecimiento recibir aire puro fuera de la contaminación de las industrias o fabricas

manufactureras. El tráfico vehicular por esa zona es mínima, cuenta con una avenida amplia y con seguridad policial por medio de Unidades de Policía Comunitaria (UPC) y una estación de cuerpo de Bomberos lo que permitirá una rápida acción de parte de estas entidades en caso de presentarse una emergencia.

3.13.3 PRECIO

La estrategia de precios siempre dependerá de la decisión de las empresas, las que utilizara el nuevo centro de entrenamiento será:

- Basado en el valor: consistirá en ganar clientes leales mediante el cobro de un precio bajo y a su vez entregar un servicio de buena calidad, muchas empresas utilizan esta técnica actualmente.
- Basada en la competencia: se tomara como referencia el precio del mercado de los establecimientos que ofrecen el servicio fitness en la ciudad de Manta, en este caso será de 5 dólares más del precio más alto de la competencia, los gimnasios que funcionan actualmente en la ciudad cobran un valor económico promedio entre 25 a 35 dólares mensualmente y un valor fijo diario de 1.50 dólares por servicios de baile terapia, pesas, spinning y en algunos casos incluyen la práctica del Crossfit, pero en la mayoría cobran por servicios individuales, pero en el caso del nuevo centro de entrenamiento este posee la política no excluyente esto quiere decir que por un mismo precio puede el usuario utilizar todas las áreas del local.

Normalmente las empresas utilizan una estrategia de fijación de precios por costos pero si se la aplicara, tomando en cuenta los elevados valores de la inversión esto provocaría que la empresa se vea en la necesidad de cobrar un valor económico que supere los 50 dólares mensuales, algo que por el momento no sería recomendable. Por esa razón se llega a la conclusión que la mejor estrategia y la que aplican muchos gimnasios como por ejemplo el

Taurus de la ciudad de Guayaquil es la de cobrar un valor mensual bajo y ganar por volumen.

El precio que se cobrara por los servicios del nuevo centro de entrenamiento será de 40 dólares con un paquete “Todo Incluido”, el usuario podrá utilizar todas las áreas del establecimiento.

Tabla 50 Valor cuota mensual

CUOTA	PRECIO
MENSUAL DEL CENTRO DE ENTRENAMIENTO FISICO	\$ 40,00

Elaborado por: autores del proyecto

3.13.4 PROMOCION

Las estrategias de promoción que se implementaran en el nuevo centro de entrenamiento físico serán las siguientes.

- Ofrecer clases gratuitas por dos semanas previo al inicio de las actividades para que las personas conozcan sobre los servicios del nuevo centro de entrenamiento se vayan familiarizando con los nuevos ejercicios, con los instructores y la infraestructura del local, esto permitirá que el usuario al final tome una decisión basado en algo que ya previamente utilizo o disfruto.

Tabla 51 Horarios de clases promocionales colectivas

HORARIOS DE CLASES GRATUITAS					
HORARIOS	L	M	M	J	V
6:00AM - 7:00AM	AEROBICOS	RELAJACION	AEROBICOS	DEFENSA	AEROBICOS
7:00AM - 8:00AM	BODY COMBAT	KINESIS	BODY COMBAT	RELACION	BODY COMBAT
8:00AM - 9:00AM	BODY JUMP	DEFENSA	BODY JUMP	TRX	BODY JUMP
11:00AM - 12:00AM 12:00AM - 13:00PM					
CIERRE DEL LOCAL 15:00PM APERTURA	CIERRE	CIERRE	CIERRE	CIERRE	CIERRE
17:00PM - 18:00PM					
18:00PM - 19:00PM	TRX	BAILOTERAPIA	SPINNING	BAILOTERAPIA	CROSSFIT
19:00PM - 20:00PM	CROSSFIT	BODY PUMP	POLE FITNESS	BODY PUMP	SPINNING
20:00PM - 21:00PM	QUEENAX	ZUMBA FITNESS	KINESIS	ZUMBA FITNESS	QUEENAX

Elaborado por: autores del proyecto

Tabla 52 Presupuesto de promoción clases colectivas

INSTRUCTOR	NUMERO DE CLASES	COSTO DE LA CLASE	SALARIO X 2 SEMANAS
AEROBICOS BAILOTERAPIA	5	\$ 8,00	\$ 80,00
BODY PUMP BODY JUMP	5	\$ 8,00	\$ 80,00
BODY COMBAT	3	\$ 8,00	\$ 48,00
ZUMBA FITNESS	2	\$ 8,00	\$ 32,00
TRX	2	\$ 6,00	\$ 24,00
CROSSFIT	2	\$ 8,00	\$ 32,00
QUEENAX	2	\$ 6,00	\$ 24,00
RELAJACION	2	\$ 6,00	\$ 24,00
KINESIS	2	\$ 6,00	\$ 24,00
DEFENSA	2	\$ 6,00	\$ 24,00
SPINNING	2	\$ 6,00	\$ 24,00
POLE FITNESS	1	\$ 6,00	\$ 12,00
TOTAL			\$ 428,00

Elaborado por: autores del proyecto

Tabla 53 Horario de clases promocionales área de cardio

HORARIOS DEL AREA DE CARDIO					
HORARIOS	L	M	M	J	V
6:00AM - 7:00AM	CARDIO	CARDIO	CARDIO	CARDIO	CARDIO
7:00AM - 8:00AM	CARDIO	CARDIO	CARDIO	CARDIO	CARDIO
8:00AM - 9:00AM	CARDIO	CARDIO	CARDIO	CARDIO	CARDIO
11:00AM - 12:00AM 12:00AM - 13:00PM					
CIERRE DEL LOCAL 15:00PM APERTURA					
17:00PM - 18:00PM	CARDIO	CARDIO	CARDIO	CARDIO	CARDIO
18:00PM - 19:00PM	CARDIO	CARDIO	CARDIO	CARDIO	CARDIO
19:00PM - 20:00PM	CARDIO	CARDIO	CARDIO	CARDIO	CARDIO
20:00PM - 21:00PM	CARDIO	CARDIO	CARDIO	CARDIO	CARDIO

Elaborado por: autores del proyecto

Tabla 54 Presupuesto de promoción área de cardio

INSTRUCTOR	NUMERO DE HORAS	COSTO DE LA CLASE	SALARIO X 2 SEMANAS
1	15	\$ 2,00	\$ 300,00
2	15	\$ 2,00	\$ 300,00
TOTAL			\$ 600,00

Elaborado por: autores del proyecto

Tabla 55 Horario de clases promocionales área de pesas/funcional

HORARIOS DEL AREA DE PESAS/FUNCIONAL					
HORARIOS	L	M	M	J	V
6:00AM - 7:00AM	PESAS/FUNCIONAL	PESAS/FUNCIONAL	PESAS/FUNCIONAL	PESAS/FUNCIONAL	PESAS/FUNCIONAL
7:00AM - 8:00AM	PESAS/FUNCIONAL	PESAS/FUNCIONAL	PESAS/FUNCIONAL	PESAS/FUNCIONAL	PESAS/FUNCIONAL
8:00AM - 9:00AM	PESAS/FUNCIONAL	PESAS/FUNCIONAL	PESAS/FUNCIONAL	PESAS/FUNCIONAL	PESAS/FUNCIONAL
11:00AM - 12:00AM 12:00AM - 13:00PM					
CIERRE DEL LOCAL 15:00PM APERTURA					
17:00PM - 18:00PM					
18:00PM - 19:00PM	PESAS/FUNCIONAL	PESAS/FUNCIONAL	PESAS/FUNCIONAL	PESAS/FUNCIONAL	PESAS/FUNCIONAL
19:00PM - 20:00PM	PESAS/FUNCIONAL	PESAS/FUNCIONAL	PESAS/FUNCIONAL	PESAS/FUNCIONAL	PESAS/FUNCIONAL
20:00PM - 21:00PM	PESAS/FUNCIONAL	PESAS/FUNCIONAL	PESAS/FUNCIONAL	PESAS/FUNCIONAL	PESAS/FUNCIONAL

Elaborado por: autores del proyecto

Tabla 56 Presupuesto de promoción área de pesas/funcional

INSTRUCTOR	NUMERO DE HORAS	COSTO DE LA CLASE	SALARIO X 2 SEMANAS
1	15	\$ 2,00	\$ 300,00
2	15	\$ 2,00	\$ 300,00
TOTAL			\$ 600,00

Elaborado por: autores del proyecto

- Los usuarios que deseen cancelar con anterioridad varios meses obtendrán un descuento.

Tabla 57 Descuentos por pagos adelantados

DESCUENTOS				
CUOTAS	DESCUENTO	VALOR NORMAL	VALOR FINAL	AHORRO
TRIMESTRAL	10%	\$ 120,00	\$ 108,00	\$ 12,00
SEMESTRAL	15%	\$ 240,00	\$ 204,00	\$ 36,00
ANUAL	20%	\$ 480,00	\$ 384,00	\$ 96,00

Elaborado por: autores del proyecto

- Sistema promocional de puntos la cual consistirá que por cada mes que el cliente pague su mensualidad obtendrá 15 puntos la cual según el total que acumule recibirá un obsequio por parte del centro de entrenamiento. A continuación se detallaran los premios que el cliente recibirá mediante esta promoción.

Tabla 58 Premios

SISTEMA DE PUNTOS Y PREMIOS	
PUNTOS	PREMIOS
30	TOMATODO
60	CAMISETA
90	GUANTES + GORRA
120	BOLSO
165	UN MES GRATIS

Elaborado por: autores del proyecto

- No se cobrara inscripción, solo la cuota mensual.
- Los primeros 100 clientes que se inscriban al centro de entrenamiento recibirán una promoción de 2x1 esto quiere decir que por el pago de su mensualidad podrá acudir al establecimiento con una persona y esta podrá usar todos los servicios totalmente gratis por un mes.
- Se les realizara un chequeo médico preventivo y evaluativo totalmente gratis a todos los clientes del establecimiento.

3.14 ESTRATEGIAS DE MARKETING

3.14.1 ESTRATEGIA DE POSICIONAMIENTO

El nuevo centro de entrenamiento físico aplicara estrategias para alcanzar el posicionamiento en el mercado.

Servicios – Personal - Infraestructura

Se ofrecerán nuevos servicios y no solo se enfocara en brindar rutinas conocidas como las de musculación, spinning y bailoterapia. Se ofrecerán nuevas actividades como las de Kinesis, Queenax, TRX, Body Pump, Body Jump, Body Combat y Pole Fitness que actualmente no son implementadas por los centros fitness de la ciudad de Manta.

También el establecimiento contara con profesionales calificados y especializados para dirigir las diferentes áreas de ejercicios, así también con una diversidad de máquinas, equipos y amplia áreas de trabajo para que las personas puedan realizar sin problemas y de forma cómoda sus rutinas de ejercicios.

Bajos costos

A pesar de la gran inversión de capital que el centro de entrenamiento realizara en tecnología con la adquisición de maquinarias, equipos de última generación, nuevos y sofisticados, en infraestructura por las amplias áreas de trabajo y decoraciones, el establecimiento solo aumentara un 14% al valor promedio que cobran los gimnasios actualmente en la ciudad de Manta esto quiere decir que la competencia tiene un valor promedio de 35 dólares mientras el nuevo centro de entrenamiento cobrara a los usuarios 40 dólares por todos los servicios que se implementaran.

La estrategia será cobrar un valor económico bajo con relación a todo lo que se ofrecerá puesto que por 5 dólares más los usuarios podrán realizar más actividades, ejercicios y disfrutar de un lugar nuevo, seguro, amplio y cómodo para la práctica física lo que no encuentran actualmente en la ciudad, de esta forma se lograra un alto volumen de ventas.

Diferenciación

La diferenciación del nuevo centro de entrenamiento en la ciudad de Manta se basará en el brindar al usuario nuevas actividades para su práctica física como son las rutinas de Kinesis, Queenax, TRX, Body Pump, Body Jump, Body Combat y Pole Fitness, ofrecer una infraestructura con variedad de equipos, máquinas y nuevas áreas de distracción como será la zona de descanso donde los usuarios podrán relajarse después de sus ejercicios y sociabilizar con otros clientes, un bar con un menú sano, light, variado e internet inalámbrico en todo el local. El diseño y amplitud de las instalaciones será otro factor clave de diferenciación con los demás establecimientos fitness que funcionan en la ciudad de Manta.

Enfoque

Esta estrategia consistirá en focalizarse en un grupo específico de usuarios que serán las personas entre las edades de 15 a 54 años, pero con un enfoque más concreto a los clientes que se encuentran entre las edades de 15 a 35 años que son los que asisten con más frecuencia a este tipo de establecimientos.

3.14.2 ESTRATEGIA DE PUBLICIDAD

Las estrategias de publicidad que implemente el centro de entrenamiento serán las siguientes.

- Se utilizarán algunos medios para publicitar el centro de entrenamiento.

Tabla 59 Presupuesto de publicidad

MEDIO	ESPECIFICACIONES	PRECIO	FRECUENCIA
Revista Mia	Seccion en Forma. Dimensiones (20cm de ancho y 15 de alto)	\$ 500,00	DOMINGOS (4 publicaciones al mes)
Diario La Marea	Seccion Social. Dimensiones (10cm de ancho y 15 de alto)	\$ 1.100,00	LUNES A VIERNES por un mes
Diario El Mercurio	Seccion Deportes. Dimensiones (20cm de ancho y 15 de alto)	\$ 1.000,00	LUNES A VIERNES por un mes
Radio Canela	Cuña radial de 30 segundos (\$20 cada cuña)	\$ 1.200,00	3 Cuñas diarias de lunes a viernes por un mes
Radio Amiga	Cuña radial de 30 segundos (\$10 cada cuña)	\$ 600,00	3 Cuñas diarias de lunes a viernes por un mes
Radio Gaviota	Cuña radial de 30 segundos (\$10 cada cuña)	\$ 600,00	3 Cuñas diarias de lunes a viernes por un mes
Volantes, Trípticos y Tarjetas de presentacion	Volantes Papel bond de 1/2 oficio de tamaño a full color a una sola cara (3000 volantes) + 1000 tarjetas de presentacion a full color en cartulina hilo personalizado a una sola cara + 3000 trípticos en couché de 150gr. A full color	\$ 570,00	entrega de volantes de lunes a Viernes por 3 meses
Programa Onda Mar / Oro Mar Tv	Spot publicitario de 30 segundos (50 dolares cada spot)	\$ 1.200,00	2 spot publicitarios Lunes, Miercoles y Viernes por un mes
TOTAL		\$ 6.770,00	

Fuente: Revista Mia, Diario La Marea, Diario El mercurio, Radio Canela, Radio Amiga, Radio Gaviota, Imprenta Copymanta
Elaborado por: autores del proyecto

- Crear una página web para que el cliente puede obtener información del centro de entrenamiento (Horarios de clases, servicios, precios, áreas, instructores, promociones o eventos futuros) desde la comodidad de su hogar, trabajo o celular, la página tendrá una versión móvil para que pueda ser visualizada desde celulares o Tablet.
- Crear una cuenta o canal en YouTube para poder subir videos del centro de entrenamiento para que los futuros clientes puedan observar virtualmente la infraestructura del establecimiento y sus actividades.
- Crear una cuenta en las redes sociales de mayor impacto entre los jóvenes y adultos como son Facebook y Twitter para dar a conocer los servicios del centro de entrenamiento, novedades, precios etc. Para tener un contacto más directo con los futuros clientes.

Tabla 60 Publicidad en Internet

PUBLICIDAD EN INTERNET		
EMPRESA: PAGINAS WEB ECUADOR		
DESCRIPCION	DETALLE	VALOR
Página Web con administración incluida - medium html	Incluye hosting, dominio, cuentas y logotipo	\$ 650,00
Posicionamiento en buscadores (Google) - medium posicionamiento	15.000 exposiciones de su anuncio en la web, 750 ingresos de potenciales clientes al mes, promedio de 50 clicks a su página web diarios. Duración de la campaña: 20 días de lunes a viernes	\$ 350,00
Posicionamiento en Redes Sociales (Facebook) - medium redes sociales	50.000 exposiciones de marca en el mes, 1.500 ME GUSTA en el mes, promedio de 75 ME GUSTA diarios. Duración de la campaña: 20 días de lunes a viernes	\$ 300,00
TOTAL		\$ 1.300,00

Fuente: (PaginasWebEcuador, 2014)

- Por medio del programa juvenil más visto por los ciudadanos de Manta, Onda Mar del canal local OroMar Tv, se regalarán membresías mensuales (12 membresías en un mes, 3 por semana) a los televidentes y de esta forma se estaría haciendo publicidad al nuevo centro de entrenamiento.
- Se enviarán correos electrónicos para dar a conocer los servicios que ofrecerá el nuevo centro de entrenamiento físico mediante el uso de una base de datos de personas que se encuentren dentro del target al que va dirigido el proyecto.

El mundo se encuentra en una era donde la tecnología es clave fundamental para el crecimiento de las empresas, son cada vez más los negocios que utilizan el internet como medio de comunicación con sus clientes. Los beneficios que ofrece el internet actualmente permiten a las empresas crear más valor y promocionar sus productos o servicios. Existen páginas gratuitas donde se puede subir información sin ningún costo como por ejemplo YouTube, Twitter o Facebook las cuales poseen una gran aceptación por

parte de los internautas (personas que navegan por internet), esto debe ser aprovechado por el centro de entrenamiento para llegar a más personas y así poder captar nuevos clientes.

Según datos obtenidos de la Encuesta Nacional de Empleo, Desempleo y Subempleo (ENEMDU) del año 2011–2013 se reportaron que existen 1,2 millones de personas en el Ecuador que poseen teléfonos inteligentes también llamados “Smartphone” los cuales sirven para navegar en internet y acceder a muchas aplicaciones y programas de última tecnología. El 6,3% de las personas que cuentan con este tipo de celulares pertenece a la Provincia de Manabí.

Según datos de un artículo obtenido de la página Ecuador Inmediato detalla que el 69,9% de las personas lo utilizan para acceder a Redes Sociales, el 69,8% como buscador de internet, el 65,9% lo utiliza para revisar su correo electrónico. El 11,7% de las personas que poseen un teléfono inteligente se encuentra entre las edades de 16 a 24 años y el 11,5% entre las edades de 25 a 34 años que son parte del grupo específico de personas que asisten con más frecuencia a establecimientos fitness, por esa razón es que se deben crear cuentas en redes sociales y una página web con visualización móvil. También se pudo determinar mediante datos obtenidos de la página Ecuador Universitario en la cual presenta un estudio del Ministerio de Telecomunicaciones y El (INEC) en la cual indican que más de 5 millones de ecuatorianos tienen acceso a internet en sus hogares.

En la ciudad de Manta el 83% posee un teléfono celular, el 14% tiene internet en sus hogares y el 28,9% tiene un computador. Según datos obtenidos del INEC en el último Censo Poblacional y de Vivienda del año 2010.

3.15 SEGUIMIENTO Y MONITOREO

Se realizara un monitoreo y control de las actividades previas del centro de entrenamiento y para poder llevar un mejor control de esas actividades programadas se realizó un cronograma de trabajo.

Tabla 61 Seguimiento y monitoreo de actividades

ACTIVIDAD	FECHA DE INICIO	FINALIZACION
BUSQUEDA DE LOCAL	10/01/2015	15/01/2015
ADECUACION DEL LOCAL	20/01/2015	05/03/2015
COMPRA DE MAQUINAS Y EQUIPOS	10/03/2015	25/03/2015
COMPRA DE MOBILIARIO	26/03/2015	30/03/2015
INSTALACION DE MAQUINAS, EQUIPOS Y MOBILIARIO	10/04/2015	25/04/2015
COMPRA DE INSUMOS	30/04/2015	02/05/2015
SELECCIÓN DEL PERSONAL	04/05/2015	18/05/2015
PUBLICIDAD Y PROMOCION	01/05/2015	31/06/2015
INAUGURACION	01/06/2015	

Elaborado por: autores del proyecto

Tabla 62 Cronograma de actividades

CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES DEL CENTRO DE ENTRENAMIENTO FISICO																												
ACTIVIDADES	2015																											
	ENERO				FEBRERO				MARZO				ABRIL				MAYO				JUNIO				JULIO			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
BUSQUEDA DE LOCAL	■	■																										
ADECUACION DEL LOCAL			■	■	■	■	■	■	■																			
COMPRA DE MAQUINAS Y EQUIPOS											■	■																
COMPRA DE MOBILIARIO											■	■																
INSTALACION DE MAQUINAS, EQUIPOS Y MOBILIARIO													■	■	■													
COMPRA DE INSUMOS																	■	■	■									
SELECCIÓN DE PERSONAL																	■	■	■	■								
PUBLICIDAD Y PROMOCION																	■	■	■	■	■	■	■	■				
INAUGURACION																									■			

Elaborado por: autores del proyecto

3.16 FORMAS DE PAGO

- Se podrá cancelar en efectivo acercándose a la recepción del centro de entrenamiento físico.

- Por medio de pago con tarjeta de crédito o débito.

De esta manera se estaría ayudando al cliente, ya que no siempre las personas cuentan con el efectivo para cancelar las mensualidades.

3.17 SERVICIOS

El nuevo centro de entrenamiento físico ofrecerá una diversidad de servicios y no se limitara solo a brindar las actividades tradicionales como hace la oferta actual en la ciudad de Manta. También facilitara a los usuarios una red inalámbrica de internet para que puedan utilizar en sus celulares, Tablet¹⁵ o computadoras portátiles en cualquier área que se encuentren dentro del establecimiento.

3.17.1 Áreas operativas

El establecimiento contara con áreas de ejercicios como: Pesas/funcional, Crossfit, Ritmos, Cardio, Relajación, Kinesis, Pole Fitness, Defensa, Spinning, Queenax y TRX.

3.17.2 Áreas Administrativas

El establecimiento contara con áreas como: Recepción/Caja, Gerencia y Departamento de ventas.

3.17.3 Áreas adicionales

Bar, área de descanso, departamento médico, bodega, baño con vestidores.

¹⁵ Tablet: es una computadora portátil en forma de tablilla, posee las características de un ordenador pero esta no necesita de teclados o ratón y sus dimensiones son reducidas por lo que facilita su transportación a cualquier lugar.

3.18 DESCRIPCIÓN Y DISEÑO DE LAS ÁREAS

3.18.1 Planta baja

Recepción

Esta área será lo primero que verán los nuevos clientes al ingresar al centro de entrenamiento, por lo tanto lo que se buscara es que se encuentre apartado del ruido y de la aglomeración de usuarios, por esa razón es que la salida de las personas se encontrara apartado de la zona de recepción/caja, en este lugar solo se ubicara la puerta de ingreso a las zonas de ejercicios.



Grafico 45 Recepción del CEF
Elaborado por. Autores del proyecto

La recepción/caja será atendida por un personal de esa área y otra del departamento de venta que será el encargado de realizar los recorridos por el local (el recorrido se lo hará por todas las zonas incluidos los baños y vestidores tanto masculino y femenino), de informar al nuevo cliente sobre los horarios y los servicios que ofrece el centro de entrenamiento y de convencer a la persona a que se haga miembro activo del gimnasio.

Esta zona también contara con un área de espera amoblada para que los clientes aguarden tranquilamente su turno para ser atendidos. El mostrador de la recepción como del vendedor debe estar a una altura de 1.10mts

donde el personal de esta área pueda trabajar de pie puesto que esto le dará al visitante una imagen más receptiva del personal hacia ellos. El mostrador debe tener un ancho máximo de 50cm para que así el personal de esa área no deba inclinarse a la hora de atender al nuevo usuario. (Totaro, La recepción del gimnasio como carta de presentación , 2006

Bar

Esta área contara con un mostrador, televisores y congeladores con bebidas hidratantes, agua, jugos o te, se ofrecerá un menú ligth esto quiere decir cero grasas, para que los usuarios puedan alimentarse después de sus rutinas diarias con alimentos saludables y de bajas calorías, estará amoblado con mesas y sillas alrededor para atender a los clientes, se le brindara un lugar cómodo, limpio y agradable.



Grafico 46 Bar del CEF

Elaborado por. Autores del proyecto

Área de descanso

Esta área será creada para que los usuarios tengan un lugar donde puedan descansar luego de sus rutinas y donde puedan también distraerse y sociabilizar con otros miembros del establecimiento. Contará con un televisor, un equipo de sonido, un PlayStation, unas mesas de billar, muebles, mesas, alfombra y una zona con computadoras con internet para

que los usuarios puedan realizar sus trabajos o simplemente navegar por la red.



Grafico 47 Área de descanso del CEF
Elaborado por. Autores del proyecto

Baño y vestidores

Será un lugar amplio, con vestidores y casilleros donde las personas puedan asearse después de sus rutinas y cambiarse de ropa cómodamente sin miedo a ser vistos por otros usuarios ya que la zona de vestuario será privada al igual que la zona de las duchas. Contará con sillones, lavatorios, espejos y en el caso del baño de féminas estos incluirán secadoras de cabello.



Grafico 48 Baño y vestuario masculino
Elaborado por: autores del proyecto



Grafico 49 Baño y vestuario femenino

Fuente: (VirginActiveHealthClubs, 2014)

Elaborado por: autores del proyecto

Bodega

En este lugar se depositaran los utensilios de limpieza para el establecimiento en general, como también para mantenimiento de máquinas, y herramientas. El personal de servicios auxiliares es el que se encargara de realizar los trabajos de limpieza y mantenimiento del centro de entrenamiento físico.



Grafico 50 Bodega del CEF

Elaborado por. Autores del proyecto

Departamento medico

Sera un área donde acudan los usuarios del gimnasio para realizar los chequeo necesarios antes de su ingreso al centro de entrenamiento físico, contara con equipos nuevos, muebles de oficina, sillones y una camilla. El

cliente también recibirá un plan nutricional dependiendo de su peso y de lo que desee obtener ya sea disminuir o aumentar masa corporal.



Gráfico 51 Departamento médico del CEF
Elaborado por. Autores del proyecto

Área de pesas y funcional

La zona de pesas o musculación, contará con equipamiento nuevo y con diversidad de máquinas para piernas, espalda, hombros, pecho, tríceps, bíceps y abdominales, para que los usuarios puedan realizar de diferentes formas sus rutinas de entrenamiento para la diversidad de músculos del cuerpo.

Los ejercicios funcionales son la nueva tendencia en lo que tiene que ver en el mundo fitness. En la zona funcional del nuevo centro de entrenamiento se podrán realizar ejercicios tales como:

- Core Pole

Es un aparato que posee cintas elásticas, el cual permite trabajar al mismo tiempo entre 10 a 12 personas, el cual servirá para tonificar el cuerpo específicamente los brazos, piernas y glúteos. La duración de las clases son de máximo 20 minutos. (Virgina Active Health Clubs, 2013)



Grafico 52 Core Pole

Fuente: (Virgina Active Health Clubs, 2013)

- **Gliding**

Son ejercicios que se realizan con discos deslizantes, con los cuales se pueden hacer movimientos con los pies o las manos y de esta manera trabajar ya sea la parte superior o inferior del cuerpo. Sirve también para fortalecer brazos, piernas, disminuir caderas, levantar glúteos, abdominales.

Con este tipo de ejercicios se mejora la capacidad aeróbica, disminuye grasa corporal, fortalece ligamentos de rodilla y tobillos y se trabaja varios músculos en una sola sesión con la cual se puede conseguir hasta quemar 400 calorías por clase. (Lara, 2007)



Grafico 53 Gliding

Fuente: (30 Minutos Fitness Femenino, 2012)

- **Bosu**

Es un ejercicio que se realiza con una semiesfera de 65 centímetros de diámetro. La función de este tipo de ejercicio es que la persona que lo practique sobre una zona inestable consiga tonificar varias partes del cuerpo

pero sobretodo el área de abdominales, ayuda a mejorar la postura, a perder peso y a potencializar el equilibrio ya que con la práctica del mismo se consigue trabajar de manera equilibrada los músculos del cuerpo. (WebConsultas, 2013) (Alonso, 2014)



Grafico 54 Bosu

Fuente: (WebConsultas, 2013)

- **Fitball**

Es una clase que se desarrolla en 60 minutos en la cual se realiza un calentamiento y estiramiento, también se ejecuta un trabajo el cual puede ser realizado de forma dinámica al ritmo de la música. Se desarrollan varios ejercicios con algunas repeticiones que ayudan a mejorar la fuerza, la coordinación y el equilibrio.



Grafico 55 Fitball

Fuente: (Deportes Sin Quimica, 2011)

Estos ejercicios se realizan mediante la utilización de una esfera esto quiere decir una pelota la cual el tamaño de la misma depende la estatura de la persona que realiza el entrenamiento. Una sesión de fitball combina

ejercicios de fuerza, equilibrio, aeróbicos, coordinación, relajación y flexibilidad. Posee algunos beneficios como: dinamiza las partes del cuerpo, ayuda a corregir las malas posturas, mejora la coordinación y el equilibrio de las personas, ayuda a mejorar la salud de individuos que sufren de problemas lumbares y cervicales y además permite tonificar el cuerpo realizando ejercicios nuevos. (Dietas.net, 2013)

Departamento de ventas

Este departamento contara con un escritorio, computador y sillones para los visitantes. La persona encargada de esta área deberá coordinar y planificar las estrategias para captar nuevos socios y empresas que deseen formar parte del nuevo centro de entrenamiento físico. También se encargara de supervisar al personal de venta que se localizara en el área de recepción.



Grafico 56 Departamento de ventas
Elaborado por. Autores del proyecto

Gerencia

Este departamento contara con un escritorio, computadora, un televisor, sillas con su respectiva mesa de centro y un cuadro con una planta como decoración.

El gerente de la empresa se encargara de la administración y la coordinación general de todas las áreas del centro de entrenamiento. Todos los

trabajadores de la empresa tendrán que reportarse directamente con esta persona.



Grafico 57 Gerencia
Elaborado por. Autores del proyecto

3.18.2 Planta alta

Sala de Ritmos

Es una zona donde se impartirán clases de aeróbicos, baile terapia, Body Pump, Body Jump, Body Combat y Zumba Fitness por parte de personal especializado en este tipo de clases grupales. Contará con televisores y un sistema de audio.

Son rutinas de ejercicios que ayudan a la disminución de peso en las personas, todas son realizadas al ritmo de la música.

- Body Pump: es una clase al ritmo de la música e la cual se utilizan las pesas mientras se intenta seguir una coreografía. Con este entrenamiento se podrá modelar y tonificar el cuerpo, endurecerá los músculos, aumentara masa muscular. Se utilizaran steps que son banquillos de baja altura, barras de pesas y música. (Diario Expreso, 2014)
- Body Jump: Es una rutina de ejercicios donde se utiliza un mini-trampolín, se realizan movimientos no tan complicados sobre ella. Los ejercicios son realizados al ritmo de la música y dirigidos por un

instructor especializado. Consiste en realizar saltos en diferentes posiciones, ayuda a quemar una gran cantidad de calorías que van desde las 600 para principiantes en una hora o 900 calorías para una persona con más preparación.

Posee varios beneficios tales como mejorar la función respiratoria, ayudar a la disminución de la presión arterial y pérdida de peso. (Delpiano, 2014)

- **Body Combat:** es un ejercicio aeróbico en el cual se emplean coreografías al ritmo de la música que incluyen movimientos de artes marciales como Karate, Kick Boxing, Tai-Chi, Full Contact, Taekwondo y demás. Ayuda a la pérdida de peso y a liberar el estrés. Con este entrenamiento se trabajan los músculos de los hombros, espalda, brazos, los abdominales y a su vez permite mejorar la flexibilidad, resistencia y la fuerza. (Deportes Spain, 2014)
- **Zumba Fitness:** es un ejercicio donde se combina el baile y el ejercicio que mezcla pasos de bailes con ejercicios para tonificar masa muscular. Los beneficios de este entrenamiento son: pérdida de peso, quema de calorías y tonificación muscular. En esta rutina se realizaran ejercicios de mucho dinamismo en los cuales se alternaran ejercicios de cardio de alta intensidad como también de baja intensidad. (Elige Vivir Sano, 2012)



Grafico 58 Sala de Ritmos

Elaborado por. Autores del proyecto

Área de Cardio

Es una sala que contara con 15 máquinas para realizar ejercicios cardiovasculares, tales como caminadoras, elípticas, y bicicletas de pedaleo. También contara con televisores y un equipo de música para que los usuarios se distraigan mientras hacen sus rutinas de entrenamiento. Contará con un personal calificado que oriente a los usuarios en la realización de sus rutinas de ejercicios.



Grafico 59 Área de Cardio

Elaborado por. Autores del proyecto

Área de Relajación

Esta sala contara con equipamiento necesario para las clases que se dictaran en ese espacio por parte de personal especializado en Tai-Chi, Yoga, Body Balance y Pilates. Entre el equipamiento incluirá, colchonetas, sillas plegables y ladrillos para Yoga, balones de Yoga o Fitball y cintas. En esta área se va a trabajar más con el cuerpo y la mente que con los músculos. Estará dirigido por personal especializado en este tipo de clases.



Grafico 60 Área de relajación
Elaborado por. Autores del proyecto

Área de Kinesis.

En esta área se va a contar con 6 máquinas especiales para la práctica de este entrenamiento y un equipo de sonido para la ambientación del lugar con música tranquila. En la práctica de este ejercicio se realizaran movimientos lentos muy parecidos a los que se hacen en Pilates, es más un ejercicio de relajación que si se lo practica también permitirá tonificar los músculos sobre todo los de la zona abdominal, quemar calorías, disminuir de peso y también ayuda a activar la circulación sanguínea. (Vitonica.com, 2009)



Grafico 61 Área de Kinesis
Fuente: (Vitonica.com, 2009)



Grafico 62 Área de Kinesis (2)
Elaborado por. Autores del proyecto

Área de Pole Fitness

Esta área contara con 6 tubos galvanizados especiales para la práctica de este entrenamiento, un equipo de sonido para ambientar el lugar y una zona de descanso donde habrá unos muebles para que las alumnas descansen. Sera dirigido por una especialista en este tipo de ejercicios modernos.



Grafico 63 Área de Pole Fitness
Fuente: (PoleFitness.com, 2014)

Los resultados de este entrenamiento son instantáneos por esa razón es que cada día son más las mujeres que lo desean practicar. En este ejercicio se utiliza más la fuerza que la sensualidad es por eso que se diferencia del Pole Dancing. Ayuda a quemar al menos 350 calorías por cada clase. Las mujeres que lo practiquen no necesitan más que su cuerpo, ropa cómoda y ganas. (Diario Expreso, 2014)

Área de Spinning

Esta área se encontrara equipada con televisores, 15 bicicletas de spinning para los clientes y 1 bicicleta más para el profesor de la clase.

El Spinning es un entrenamiento cardiovascular y aeróbico que se lo realiza en una bicicleta especializada al ritmo de la música la cual se sincronizara con los ejercicios de la clase, para esto la sala deberá contar con un sistema de audio puesto que la música es fundamental para la realización de los ejercicios. El profesor o instructor del área deberá poseer un certificado que lo aprueba como un experto en este tipo de entrenamiento, es el que se encargara de organizar y preparar las rutinas de la semana, indicar las posiciones o la intensidad de los ejercicios. Toda la rutina de Spinning gira alrededor de la música.



Grafico 64 Área de Spinning

Elaborado por. Autores del proyecto

La rutina tendrá una duración mínima de 45 minutos y de un máximo de 60 minutos, entre los beneficios de este entrenamiento se encuentra la pérdida de peso, ayuda a la salud cardiovascular y a la disminución del estrés, mejora y aumenta la capacidad respiratoria, tonifica músculos como los bíceps, tríceps, piernas, abdominales y glúteos. Con una sesión de 60 minutos una persona puede perder entre 500 a 900 calorías. (Mad Dogg Athletics, 2014)

Área de defensa

Esta área estará equipada con un televisor y un equipo de audio, contara también con guantes, peras de golpeo y sacos que servirán para la práctica de estos entrenamientos. Se contará con personal experto en este tipo de ejercicios.

Se impartirán clases de Tae-Bo, Kick Boxing y defensa personal masculina y femenina.



Grafico 65 Área de Defensa

Elaborado por. Autores del proyecto

Área de Queenax

Es un área que estará equipada con 4 jaulas que tendrán una forma de pasamanos o escalera en la cual se encontrara cintas colgadas junto a un tubo simulando un columpio. También se instalara un sistema de audio, este es un tipo de entrenamiento funcional donde se trabaja más con el peso corporal de la persona que con pesas. Esta área contara con personal especializado en este tipo de entrenamiento de suspensión. (Panea, 2012)

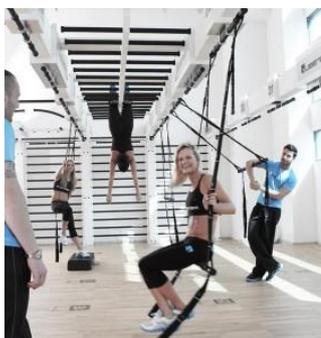


Grafico 66 Área de Queenax

Fuente: (Panea, 2012)



Grafico 67 Área de Queenax (2)

Elaborado por: autores del proyecto

Área de TRX

Esta área estará equipada con un televisor, un sistema de audio y 10 TRX kit training. Estará dirigida por personal personalizado en este tipo de entrenamiento. Es un ejercicio cardiovascular, consiste en agarrar dos cintas desde el techo mientras la persona realiza los ejercicios suspendidos en el aire, mediante esta práctica todos los músculos del cuerpo se ejercitarán, no se trabajará con pesas sino que solamente se usará el peso corporal de las personas. La práctica de este entrenamiento mejorará tu flexibilidad, movilidad y equilibrio. Mediante la ayuda de un arnés, la persona se podrá mantener suspendida mientras sus extremidades se encontraran en el suelo para poder realizar los ejercicios de este entrenamiento. Entre los beneficios de esta práctica se encuentra el poder tonificar los músculos abdominales, de las piernas, brazos y glúteos. (Galván Rubio, 2013)



Grafico 68 Área de TRX
Fuente: (Galván Rubio, 2013)

Área de Crossfit

El área de Crossfit estará equipada con sistema de audio, televisores y equipamiento especial para este entrenamiento como por ejemplo barras, balones medicinales, kettle bells (pesas), bancos de pliometria, sogas para el ejercicio llamado battlerope, etc.

Es un entrenamiento de fuerza en la cual se combinas 10 capacidades físicas tales como: velocidad, agilidad, precisión, coordinación, equilibrio, flexibilidad, potencia, resistencia muscular, fuerza y resistencia cardio-respiratoria. Es un entrenamiento completo que se encuentra muy de moda dentro del negocio del fitness. (RazaCrossfit.com, 2013)

3.19 ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL

De acuerdo a las teorías del autor Stephen P. Robbins en su libro Comportamiento Organizacional, 2009 este explica que la estructura organizacional debe dividir, agrupar y coordinar los trabajos de las actividades, por lo que menciona 6 elementos esenciales que se necesitaran al momento de diseñar la estructura organizacional, que son los siguientes: Departamentalización, cadena de mando, especialización del trabajo, extensión del control, centralización, descentralización y formalización.

Tabla 63 Claves sobre el diseño de la estructura organizacional

Preguntas clave sobre el diseño, y las repuestas para diseñar la estructura organizacional apropiada	
pregunta clave	La respuesta la da
1.- ¿Cómo estarán subdivididas las actividades?	Especialización del trabajo
2.- ¿Cómo se agruparan los trabajos?	Departamentalización
3.- ¿Los individuos o grupos a quienes reportan?	Cadena de mando
4.- ¿A cuántos individuos puede dirigir con eficiencia y eficacia un gerente	Extensión del control
5.- ¿Dónde se toman las decisiones?	Centralización y descentralización
6.- ¿Cuáles serán las reglas y regulaciones para dirigir a empleados y directivos?	Formalización

Fuente: Stephen P. Robbins "Comportamiento Organizacional"
Elaborado por: Autores del proyecto

3.19.1 Diseños organizacionales comunes

Entre los más utilizados se encuentran la estructura simple, la burocrática y la estructura matricial.

En este caso se utiliza la estructura simple puesto que se empleara un grado bajo de departamentalización, extensiones de control y la autoridad se centrara en una sola persona.

La estructura simple posee dos o tres niveles verticales, pocos trabajadores y una sola persona que tome las decisiones.

3.19.2 Organigrama Estructural



Gráfico 69 Organigrama Estructural
Elaborado por: Los autores del proyecto

3.19.3 Manual de funciones

El nuevo centro de entrenamiento físico de la ciudad de Manta para iniciar sus operaciones necesitara de 37 personas (27 operativos y 10 entre administrativos, auxiliares y seguridad).

Nivel Directivo

GERENTE

Perfil del Gerente

- Ser lider y tener don de mando
- Facilidad para negociar e interrelacionarse con las demas personas
- Ser proactivo y creativo
- Capacidad para resolver problemas
- Conocimientos de herramientas utilitarias de Office
- Conocimientos en Administracion de empresas
- Ser una persona etica, responsable y honesto
- Tener conocimientos de temas legales, recursos humanos, contabilidad.
- Poseer un titulo profesional de tercer nivel en Ingenieria Comercial, Administracion de Empresas, Gestion Empresarial o afines.
- Experiencia minima de 3 años en puestos similares.

Descripcion de funciones

Las funciones del Gerente dentro del centro de entrenamiento seran las siguientes:

- Manejo eficiente de los recursos del establecimiento
- Realizar las cotizaciones con los proveedores y realizar las adquisiciones de las maquinas, equipos e insumos para el negocio.
- Realizar las nominas y pagar los sueldos tanto al personal operativo como administrativo
- Toma de decisiones y resolver problemas que se presenten
- Supervisar al personal operativo y administrativo

- Se reportara directamente con el propietario del centro de entrenamiento
- Mantener una constante comunicación con el personal del centro de entrenamiento
- Planificar las operaciones que se realizaran en el año

Sueldo

El gerente del establecimiento percibirá un sueldo de 1.000 dólares mensuales.

Nivel Administrativo

CONTADOR

Perfil del Contador

- Conocimientos en contabilidad, estadística, finanzas, presupuesto y programas contables
- Conocimientos de herramientas utilitarias de Office
- Ser una persona ética, responsable y honesto
- Capacidad para trabajar bajo presión
- Poseer un título profesional de tercer nivel de Contador Público Autorizado CPA
- Experiencia mínima de 2 años en puestos similares.

Descripción de funciones

Las funciones del Contador dentro del centro de entrenamiento serán las siguientes:

- Presentar balances mensuales, semestrales y anuales
- Realizar presupuestos proyectados

- Responsable de los tramites legales y de la parte tributaria del establecimiento
- Realizar evaluaciones mensuales de los costos y gastos
- Asesoramiento directo en temas financieros y contables con el gerente
- Se reportara directamente con el gerente del establecimiento

Sueldo

El contador del establecimiento percibirá un sueldo de 400 dólares mensuales.

RECEPCIONISTA/CAJERA

Perfil del recepcionista/cajera

- Ser carismatica
- Buenas relaciones interpersonales
- Poseer conocimientos de herramientas utilitarias de Office
- Conocimientos en elaboracion de facturas
- Conocimientos informaticos
- Ser una persona etica, responsable y honesta
- Poseer un titulo de bachiller e instrucción superior en carreras como Administracion de Empresas, Contabilidad, Marketing o afines
- Experiencia minima de 1 año en puestos similares.

Descripcion de funciones

- Atencion al cliente
- Realizar el cobro de las mensualidades
- Tramitar quejas que los clientes tengan sobre el establecimiento

- Facturación de las mensualidades de los clientes
- Reportarse con el Gerente de de la empresa
- Manejo y cuadro de caja
- Reportar y asentar las novedades que se presenten en el local en la computadora
- Atender las llamadas y dar información a las personas que se comuniquen al local

Sueldo

La recepcionista/cajera del establecimiento percibirá un sueldo de 340 dólares mensuales.

VENDEDOR

Perfil del vendedor

- Ser carismático
- Tener un gran poder de convencimiento
- Buenas relaciones interpersonales
- Poseer conocimientos de herramientas utilitarias de Office
- Conocimientos en técnicas de atención al cliente y de ventas
- Ser una persona ética, responsable y honesta
- Poseer un título de bachiller e instrucción superior en carreras como Administración de Empresas, Contabilidad, Marketing o afines
- Experiencia mínima de 2 años en puestos similares.

Descripción de funciones

- Atención al cliente
- Informar a los visitantes de los servicios que ofrece el establecimiento
- Encargado de realizar el tour por todo el local a los futuros clientes

- Convencer a los visitantes de que formen parte del establecimiento
- Reportarse con el Jefe del Departamento de Ventas

Sueldo

El vendedor del establecimiento percibirá un sueldo de 340 dólares mensuales.

JEFE DE VENTAS

Perfil del Jefe de Ventas

- Tener un gran habilidad de negociacion
- Buenas relaciones interpersonales
- Poseer conocimientos de herramientas utilitarias de Office
- Conocimientos en tecnicas de ventas, e-commerce y marketing
- Ser una persona etica, responsable y honesta
- Poseer un titulo profesional de tercer nivel en carreras como Ingeniero en Marketing, Administracion de Empresas, Ingenieria Comercial o afines
- Experiencia minima de 3 años en puestos similares.

Descripcion de funciones

- Dirigir, motivar y controlar al vendedor o el equipo de ventas del establecimiento
- Realizar las estrategias de ventas
- Crear estrategias de posicionamiento
- Realizar el presupuesto de publicidad
- Crear estrategias de promoción

- Contactar con los medios de comunicación
- Evaluar el desempeño del vendedor o del equipo de ventas
- Reportarse con el gerente del establecimiento

Sueldo

El Jefe del departamento de Ventas percibirá un sueldo de 500 dólares mensuales.

NUTRICIONISTA

Perfil de la Nutricionista

- Buenas relaciones interpersonales
- Poseer cursos de traumatología
- Ser una persona ética, responsable y honesta
- Poseer un título profesional en Nutrición, dietética y estética
- Experiencia mínima de 5 años en puestos similares.

Descripción de funciones

- Realizar chequeos preventivos a los usuarios del establecimiento
- Atender a los usuarios en casos de lesiones, heridas o afecciones
- Reportarse directamente con el gerente del establecimiento
- Evaluaciones de aptitud
- Evaluar y orientar nutricionalmente elaborando un programa de alimentación saludable para cada cliente del establecimiento según sus necesidades u objetivos

Sueldo

El Nutricionista del departamento médico del establecimiento percibirá un sueldo de 600 dólares mensuales.

Nivel Operativo

INSTRUCTOR DE PESAS/FUNCIONAL

Perfil del Instructor de pesas/funcional

- Buena imagen corporal
- Buenas relaciones interpersonales
- Liderazgo
- Trabajo en equipo
- Ser una persona ética, responsable y honesta
- Que sea capaz de poder enseñar a otras personas
- Poseer un título profesional en Cultura Física
- Certificado de cursos realizados para Entrenador personal para Fitness, Body Fitness y Fisicoculturismo en la Federación Deportiva del Guayas o de la Federación Deportiva Ecuatoriana
- Experiencia mínima de 2 años en puestos similares.

Descripción de funciones

- Supervisar, controlar y organizar el área de musculación y funcional
- Aconsejar sobre rutinas específicas para cada usuario según los objetivos que este tenga
- Responsable del área de musculación y funcional
- Atender las necesidades e inquietudes de los usuarios
- Corregir las malas posturas o si el usuario está realizando mal un ejercicio que luego afecte a su salud física
- Se reporta directamente con el gerente del establecimiento
- Planear una rutina de ejercicios diferente y variada para cada músculo del cuerpo para que sean realizadas por los usuarios

Sueldo

Los Instructores de pesas/funcional del establecimiento percibirán un salario total de 1.104 dólares mensuales entre los dos profesores del área.

INSTRUCTORES DEL AREA DE RITMOS

Perfil de los instructores del area de ritmos

- Buena imagen corporal
- Buenas relaciones interpersonales
- Liderazgo
- Trabajo en equipo
- Ser una persona ética, responsable y honesta
- Que sea capaz de poder enseñar a otras personas
- Cursos realizados de Bailo terapia, Aerobicos, Zumba Fitness, Body Pump, Body Jump, Body Combat
- Certificado de capacitación en técnicas de entrenamiento de aerobicos, Fisiología, Musicalización, Tonificación Muscular, Flexibilidad, Simetría, Step, Kick y Nutrición por la Federación Deportiva del Guayas o la Federación Deportiva Ecuatoriana.
- Poseer un título profesional en Cultura Física y un certificado como profesor autorizado para dar clases de Bailo terapia, Aerobicos, Zumba Fitness, Body Pump, Body Jump, Body Combat
- Experiencia mínima de 2 años en puestos similares.

Descripción de funciones

- Supervisar, controlar y organizar el área de ritmos
- Planificar las rutinas y su respectiva musicalización
- Responsable del área de musculación y funcional

- Atender las necesidades e inquietudes de los usuarios
- Corregir las malas posturas o si el usuario está realizando mal un ejercicio que luego afecte a su salud física
- Velar por el buen uso de los equipos de la sala de ritmos
- Reportarse directamente con el gerente del establecimiento

Sueldo

Los Instructores del área de ritmos del establecimiento percibirán un salario total de 1.440 dólares mensuales entre todos los profesores del área.

INSTRUCTORES DEL AREA DE CROSSFIT, CARDIO, RELAJACION, KINESIS, POLE FITNESS, DEFENSA, SPINNING, TRX, QUEENAX

Perfil de los instructores de las areas de Crossfit, Cardio, Relajación, Kinesis, Pole Fitness, Defensa, Spinning, TRX, Queenax

- Buena imagen corporal
- Buenas relaciones interpersonales
- Liderazgo
- Trabajo en equipo
- Ser una persona ética, responsable y honesta
- Que sea capaz de poder enseñar a otras personas
- Cursos realizados de Crossfit, Cardio, Relajación, Kinesis, Pole Fitness, Defensa, Spinning, TRX, Queenax, prevención de lesiones y rehabilitación
- Poseer un título profesional en Cultura Física y un certificado como profesores autorizados para dar clases de Crossfit, Cardio, Relajación, Kinesis, Pole Fitness, Defensa, Spinning, TRX, Queenax

- Experiencia minima de 2 años en puestos similares.

Descripcion de funciones

- Supervisar, controlar y organizar sus áreas de trabajo
- Planificar las rutinas
- Responsable de sus áreas de trabajo
- Atender las necesidades e inquietudes de los usuarios
- Velar por el buen uso de los equipos de las áreas de trabajo
- Reportarse directamente con el gerente del establecimiento

Sueldo

Los Instructores de las áreas del establecimiento percibirán un salario de 6.488 dólares mensuales.

ASISTENTE DE SERVICIOS AUXILIARES

Perfil del asistente de servicios auxiliares

- Buenas relaciones interpersonales
- Conocimientos en mantenimiento de maquinas y equipos de gimnasios
- Conocimientos en plomeria y electricidad
- Ser una persona etica, responsable y honesta
- Poseer un titulo de bachiller
- Experiencia minima de 2 año en puestos similares.

Descripcion de funciones

- Limpieza de las instalaciones
- Mantenimiento de las máquinas y equipos del establecimiento
- Reportarse con el gerente del establecimiento

- Abrir y cerrar el local
- Repartir las volantes y tarjetas de presentación a los visitantes

Sueldo

El asistente de servicios auxiliares del establecimiento percibirá un sueldo de 340 dólares mensuales.

PERSONAL DE SEGURIDAD

Perfil del personal de seguridad

- Poseer un espíritu amistoso, cordial y de ayuda
- Persona habil
- Buenas relaciones interpersonales
- Poseer un sentido de observacion excepcional
- Buena presentacion
- Tener un buen estado de salud, fisica y mental
- Ser una persona etica, responsable y honesta
- Estatura minima de 1.65 y una edad entre 20 a 45 años maximo
- Antecedentes de Honorabilidad
- Saber realizar reportes
- Saber transmitir una orden
- Poseer un titulo de bachiller
- Instrucción militar o de defensa personal y cursos de seguridad industrial
- Poseer el certificado de capacitacion del Programa Nacional GYPASEC (Guardias y Policias al setvicio de la Seguridad Ciudadana) realizado por el Ministerio Coordinador de Seguridad, el

Ministerio de la Produccion y el Ministerio del Interior en la ciudad de Manta en el año 2013

- Experiencia minima de 3 año en puestos similares.

Descripcion de funciones

- Mantener el orden en el establecimiento
- Velar por el respeto de las normas de seguridad
- Prevenir robos u hechos de violencia en el establecimiento
- Salvaguardar los bienes, equipos y maquinas del establecimiento
- Mantener un trato cordial y amable tanto con los clientes, proveedores y el personal del local
- Patrullar la propiedad
- Reportar irregularidades ya sea de las condiciones del local, maquinas, equipos, alumbrado, plomeria
- Hacer respetar el reglamento interno del centro de entrenamiento
- Reportarse con el gerente del centro de entrenamiento

Sueldo

El personal de seguridad del establecimiento percibirá un sueldo de 1.000 dólares mensuales cada guardia.

3.20 ASPECTOS LEGALES

3.20.1 Constitución de la Compañía

Según el Artículo 2 de la Ley de Compañías de la República del Ecuador establece que en el país existen 5 compañías de comercio:

- compañía en nombre colectivo;
- compañía en comandita simple y dividida por las acciones;
- compañía de responsabilidad limitada;
- compañía anónima; y,
- compañía de economía mixta.

Para el proyecto se determinó la Constitución de una Compañía de responsabilidad limitada, la cual deberá registrarse en la Superintendencia de Compañías donde remitirá sus datos.

Según lo establecido en la Sección Quinta en su primer punto Disposiciones Generales, artículo 92 de la Ley de Superintendencia de Compañías, menciona:

La Compañía de responsabilidad limitada es la que se contrae entre dos o más personas y puede estar conformada con un máximo de quince personas, si se llega a exceder de este número de socios dejara de funcionar o en su caso se transformara en otra clase de compañía.

El artículo 103 de la Ley de Superintendencia de Compañías, Sección Quinta menciona que:

Las aportaciones de los socios pueden consistir en dinero o en bienes muebles o inmuebles. El capital mínimo para constituir a la compañía de responsabilidad limitada es de 400,00 dólares americanos tal como lo establece la ley de compañías El capital estará íntegramente

suscrito y pagado al menos en el 50% del valor nominal de cada participación. El saldo del capital debe cancelarse en un plazo de hasta 12 meses contados desde la fecha de constitución de la compañía, al no cumplir con la disposición de la Ley de compañías se prohibirá utilizar el nombre de la empresa en anuncios, circulares, membretes de cartas etc., o sigla que indique que se trata de una Compañía de Responsabilidad Limitada.

Artículo 119 de la Sección Quinta De la Compañía de responsabilidad limitada, en el punto 3 denominado derechos, obligaciones y responsabilidades de los socios menciona que se realizan juntas generales sean estas ordinarias y extraordinarias en el domicilio principal de la compañía, previa convocatoria del administrador o del gerente.

Las juntas generales serán convocadas con ocho días de anticipación al fijado para la reunión, y será publicada dicha convocatoria en los periódicos de mayor circulación del domicilio principal de la compañía

3.20.2 Formalidades a cumplir en la compañía de responsabilidad limitada.

El trámite empieza con la presentación de un oficio a la Superintendencia de compañías o a su delegado, en la cual se solicita aprobación de tipo de compañía. Además se debe laborar con un abogado la minuta del contrato de la compañía que nos detalla el artículo 137 de la ley de superintendencia

1. Nombre, apellido y estado civil de los socios.

Comparecen a la celebración de la presente escritura los señores:
Carlos Andrés Salazar Arteaga, soltero, Kerlly Stephania Bonilla Rodas soltera y Leonardo Quezada casado.

2. Razón social de la compañía

La compañía se denominará MINABA CIA Ltda., y por lo tanto en todas sus operaciones girará con esta denominación.

3. El objetivo social, debidamente concretado

La compañía dedicará sus esfuerzos a brindarles calidad de servicios a las personas que asistan al centro de entrenamiento físico para el cumplimiento de las expectativas de los clientes.

4. La duración de la compañía

Tendrá una duración de quince años, contados a partir de su inscripción en el Registro Mercantil, pudiendo prolongarse o disolverse con anterioridad, si así lo deciden sus socios, en Junta General y de acuerdo con las disposiciones legales pertinentes.

5. El domicilio de la compañía

El domicilio principal de la compañía está ubicado en la provincia de Manabí, en el Cantón Manta de la Parroquia Tarqui. Dirección: avenida Malecón

6. El importe de capital social

El Capital de la compañía es de \$ 195.000 dólares de los Estados Unidos de América.

7. Las indicación de las participaciones que cada socio suscriba

La compañía estará gobernada por la Junta General de Socios y Administrada por un Presidente y un Gerente.

8. Forma en que la compañía se organizara en lo que es la administración y su fiscalización

La compañía llevara un proceso de fiscalización es decir llevara un control de la administración del centro de entrenamiento físico para de esta forma analizar si se está cumpliendo con la ley.

9. Como la compañía analizara la forma de tomar las resoluciones dentro de la junta general y la manera como la constituirán y la convocaran.

La Junta General de socios es el órgano supremo de la Empresa; se regirá en todo por las disposiciones legales y por los presentes estatutos.- Se reunirá la junta general con el fin de tratar temas de interés de la empresa y tomar decisiones que sean para beneficio de la misma.

10. Establecer las condiciones y los pactos lícitos que los socios de la compañía crean conveniente instaurar.

En cada reunión que se realice cada socio dará a conocer que cree conveniente mejorar mencionando temas puntuales.

Una vez realizada la minuta del contrato de la constitución de la compañía limitada se entrega:

- tres copias a la superintendencia de compañías o a su delegado adjunto a la solicitud de aprobación en un documento legal; y en el caso de que sea favorable la resolución de la superintendencia de

compañía se aprueba la constitución emitiendo en la prensa un resumen de la aprobación de la compañía, la misma que debe ser publicado en un diario de mayor circulación en la ciudad que se va a inscribir la compañía.

- Con una copia de esta publicación se debe solicitar a la Superintendencia de Compañías la devolución de las tres copias certificadas de la escritura pública de constitución para que una notaría proceda a la marginación de esta resolución en la escritura original y copias.
- A la Superintendencia de Compañías se debe entregar una copia de los nombramientos de los representantes legales, copia de la escritura pública adjunto a un formulario de Existencia Legal para poder obtener en tres días hábiles la Hoja de Datos Generales.

El trámite se da por finalizado con el RUC (Registro Único de Contribuyentes) el cual se obtiene en el SRI (Servicio de Rentas Internas) donde se debe presentar los respectivos formularios exigidos en la entidad con la copia de la escritura pública, copias cedula de identidad, copias papeletas de votación y recibo del pago de servicios básicos de donde se instalara la compañía.

3.20.3 Financiamiento

El financiamiento se define como el conjunto de trámites y demás actividades que se realizan a la obtención de los fondos necesarios para financiar la inversión es decir la obtención de préstamos que el inversionista tiene que definir.

3.20.4 Fuentes de Financiamiento

El proyecto de implementación de un centro de entrenamiento físico en la ciudad de Manta se financiará con recursos propios y recursos ajenos. Estos últimos se financiarán a través de préstamos que se obtendrán mediante la CFN (Corporación Financiera Nacional) principal institución autónoma en otorgar financiamiento.

3.20.5 Socios capitalistas

El proyecto contará con tres socios capitalistas, en el cual los señores Carlos Salazar y Kerlly Bonilla aportarán con un capital de 50.000 dólares cada uno y el señor Leonardo Quezada gerente propietario de la empresa TAURUS FITNESS COMPANY el cual aportará con un capital de \$ 95.000 dólares.

Tabla 64 Capital Socios

APORTACIONES DE SOCIOS			
SOCIOS	CAP. SUSCRITO USD.	CAP. PAGADO USD.	PARTICIPACION %
Carlos Salazar Arteaga	\$ 50.000,00	\$ 50.000,00	26%
Kerlly Bonilla Rodas	\$ 50.000,00	\$ 50.000,00	26%
Leonardo Quezada	\$ 95.000,00	\$ 95.000,00	49%
TOTAL	\$ 195.000,00	\$ 195.000,00	100%

Elaborado por: autores del proyecto

El señor Leonardo Quezada decidió formar parte del proyecto ya que al ser un conocedor del mercado Fitness en el Ecuador sabe que la ciudad de Manta es una plaza poco explotada y que la implementación de un negocio de la capacidad y los servicios que ofrecerá el nuevo centro de entrenamiento será algo novedoso que llamará mucho la atención de los ciudadanos de Manta. Esa fue la razón que motivó al señor Leonardo Quezada a decidirse a invertir en el proyecto.

Una de las razones también para elegir a este nuevo socio es que ya es un conocedor del medio en el cual el negocio se desarrollara, será la persona quien sabrá orientar y a su vez ayudar a encaminar el proyecto hacia el objetivo financiero y social, esto quiere decir que sea una empresa rentable y que aporte en el ámbito social ayudando a la disminución del sedentarismo que afecta a los ecuatorianos promoviendo la práctica de la actividad física.

3.20.6 Garantías para el financiamiento con la Corporación Financiera nacional (CFN)

Negociada entre la CFN y el cliente; de conformidad con lo dispuesto en la Ley General de Instituciones del Sistema Financiero a satisfacción de la Corporación Financiera Nacional. En caso de ser garantías reales no podrán ser inferiores al 125% de la obligación garantizada. La CFN se reserva el derecho de aceptar las garantías de conformidad con los informes técnicos pertinentes.

En caso que la garantía será prendaria, sobre la maquinaria, los muebles y enseres del área operacional, el avalúo se tomará sobre la base del valor factura al 100%.

3.20.7 Condiciones del financiamiento

Entre las condiciones que establece la Corporación Financiera Nacional (CFN) para otorgar créditos tenemos lo siguiente:

- Monto:

Desde \$50.000 a nivel nacional

Valores a financiar (en porcentajes de la inversión total).

Hasta el 70% para proyecto nuevo.

Hasta el 100% para proyectos de ampliación.

Hasta el 60% para proyectos de construcción para la venta.

- Plazo:

Activo fijo: Hasta 10 años

Capital de trabajo: Hasta 3 años

Periodo de gracia: Se fijara de acuerdo a las características del proyecto y el flujo de caja proyectado.

- Tasas de interés

La superintendencia de banco tiene establecido en la actualidad un interés del 11% tanto para capital de trabajo como para activos fijos.

Requisitos

- Para créditos de hasta US\$ 300,000 no se requiere Plan de Negocios.
- Declaración de impuesto a la renta del último ejercicio fiscal.
- Títulos de propiedad de las garantías reales que se ofrecen.
- Carta de pago de los impuestos.
- Proformas de la maquinaria a adquirir.
- Proformas de materia prima e insumos a adquirir.

3.21 PERMISOS Y REQUISITOS

La empresa antes de empezar a operar necesitara obtener ciertos permisos y registros que hay que tenerlos en orden y al día. Se tomaran en cuenta normas legales que sean aplicadas al proyecto, en este caso para la parte administrativa de la empresa lo que corresponde a permisos municipales que se los obtendrá en el Gobierno Autónomo Centralizado Municipal del Cantón Manta, también el respectivo Registro de marca en el Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual (IEPI), Inscripción en la Cámara de Comercio de la ciudad de Manta y los permisos que debemos tener por parte del benemérito cuerpo de bomberos.

3.21.1 Registro Único de Contribuyentes (RUC)

Para la obtención de la información se tomó como base lo estipulado por el Servicio de Rentas Internas (TramitesEcuador, 2013).

El S.R.I. indica que para la obtención del RUC se requieren los siguientes documentos:

Persona Natural

- Original y copia a color de la cédula de identidad o de ciudadanía.
- Original y copia a color del pasaporte, con hojas de identificación y tipo de visa vigente.
- Presentación del certificado de votación del último proceso electoral.
- Entregar una copia de un documento que certifique la dirección del domicilio fiscal a nombre del sujeto pasivo.

Sociedades

- Formularios 01A y 01B
- Presentar las escrituras de constitución Nombramiento del Representante legal o agente de retención.

- Presentar el original del certificado de votación del último proceso electoral del representante legal o Agente de Retención.
- Entregar una copia de un documento que certifique la dirección del domicilio fiscal a nombre del sujeto pasivo.

Este tipo de trámite no tiene costo alguno, y se lo debe realizar en cualquier ventanilla de atención al contribuyente del servicio de renta interna.

3.21.2 Patente Municipal

Los datos de los requisitos para obtener la Patente Municipal fueron obtenidos de la página web Tramites Ciudadanos/Municipalidad del Cantón Manta año 2014.

Personas Naturales

1. Copia del RUC. (Se excluye al primer registro)
2. Copia del Permiso de Bomberos del año en curso.
3. Copia planilla de servicio básico o predio.
4. Copia de la Declaración del Impuesto a la Renta año anterior, sellado por el Servicios de Rentas Internas o firmadas por la persona natural.
5. Copia de las declaraciones del impuesto al valor agregado-IVA (en el caso de no haber declarado el IR) o del RISE para contribuyentes con ésta modalidad.
6. Desglose de los Activos Totales (solo para los que tienen establecimientos a nivel nacional)

Sociedades

1. Copia color de cédula de identidad y certificado de votación, nombramiento del representante legal. (Sólo para el primer registro)
2. Copia de la escritura de constitución. (Sólo para el primer registro)

3. Copia del RUC.
4. Copia de la declaración del impuesto a la renta sellado por el Servicios de Rentas Internas o firmadas por el Represente Legal y Contador.
5. Desglose de los Activos Totales (solo para los que tienen establecimientos a nivel nacional)
6. Copia del pago al Cuerpo de Bomberos. (TramitesCiudadanos, Impuesto patente municipal, 2014)

Procedimiento

- Presentar la documentación completa y legible en las ventanillas de Rentas # 2, 3 o 4.
- Se efectuará la liquidación y se le indicará el valor a pagar el mismo que deberá ser cancelado en las ventanillas de Recaudación.

Art. 14.- TARIFA DE LA PATENTE

Al amparo de lo dispuesto en el Art. 548 del COOTAD, la tarifa del Impuesto Anual de Patente de los sujetos pasivos, será el valor que resulte de la aplicación de la siguiente tabla, conforme a la base imponible establecida en el artículo anterior de la presente ordenanza. (TramitesCiudadanos, Impuesto patente municipal, 2014)

Tabla 65 Cálculo del Impuesto de Patentes Municipales

TABLA DE CALCULO DEL IMPUESTO DE PATENTES MUNICIPALES				
BASE IMPONIBLE DESDE USD\$	BASE IMPONIBLE HASTA USD\$	PORCENTAJE A APLICAR	LIMITE MINIMO USD\$	LIMITE MAXIMO USD\$
—	7,000.00	0.10%	10.00	10.00
7,000.01	50,000.00	0.15%	10.50	75.00
50,000.01	500,000.00	0.20%	100.00	1,000.00
500,000.01	1'000,000.00	0.25%	1,250.00	2,500.00
1'000,000.01	1'500,000.00	0.30%	3,000.00	4,500.00
1'500,000.01	2'000,000.00	0.35%	5,250.00	7,000.00
2'000,000.01	3'000,000.00	0.40%	8,000.00	12,000.00
3'000,000.01	4'000,000.00	0.45%	13,500.00	18,000.00
4'000,000.01	5'000,000.00	0.50%	20,000.00	25,000.00
5'000,000.01	EN ADELANTE	-----	25,000.00	25,000.00

Fuente: Municipalidad del Cantón Manta

Basados en esta tabla y el total de activos del establecimiento el valor económico a cancelar por la Patente Municipal es de 100 dólares.

3.21.3 Permiso de funcionamiento (No Turístico)

La Licencia Única Anual de Funcionamiento, es la autorización legal otorgada por el Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón Manta a los establecimientos que desarrollen actividades, industriales, comerciales, Financieras y Profesionales; temporales y habituales, siempre que cumplan con los requisitos estipulados en las Ordenanzas vigentes. (Tramites Ciudadanos, 2013)

El Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón Manta detalla los siguientes requisitos para la obtención del permiso, los datos fueron obtenidos de la página web Tramites Ciudadanos/Municipalidad del Cantón Manta año 2013.

Requisitos:

1. Solicitud dirigida al Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal (GADM) del Cantón Manta, misma que puede ser electrónica o simple, donde obligatoriamente se incluirá la memoria descriptiva del proyecto.
2. Copia de cédula de ciudadanía y papeleta de votación vigente; * Impuesto predial al día, verificable a través del sistema;
3. Copia del permiso del Cuerpo de Bomberos de Manta;
4. Copia del recibo de pago de la Patente Municipal hasta el último año; y,
5. Declaración al Servicio de Rentas Internas del año vigente (copia del formulario 101 y 102); en caso de no haber declarado presentará el formulario del año anterior; los establecimientos que inicien sus operaciones y los no sujetos a llevar contabilidad presentarán el detalle del Activo Fijo firmado por un Contador Público Autorizado (CPA).
6. Contrato de arrendamiento en caso de ser arrendado y de ser propio copia debidamente certificada de la carátula de escritura y el certificado del Registro de la Propiedad. En caso de locales o establecimientos industriales, comerciales, Financieras y Profesionales grandes y medianos, se sumará:
7. Copia de constitución de compañía;
8. Copia del nombramiento del representante legal en caso de sociedades. En caso de locales o establecimientos industriales, comerciales y Profesionales, que expendan o manipulen medicamentos, bebidas, alimentos y químicos, se sumará:
9. Certificado otorgado por la Dirección de salud.
10. Copia del Balance General del establecimiento de Manta, firmado por el Representante legal y contador (Tramites Ciudadanos, 2013)

Procedimiento:

- Se ingresa la documentación en las ventanillas de Tramifácil # 16 y 17.
- Se revisa la documentación y se solicita a las áreas pertinentes la aprobación.
- Se entrega la liquidación al contribuyente para que se acerque a las ventanillas de Rentas para emitir el Título de Crédito electrónico
- El contribuyente debe cancelar en las ventanillas de Recaudación.
- Se presenta el comprobante de pago en Tramifácil para otorgar la Licencia de Funcionamiento. (Tramites Ciudadanos, 2013)

Art. 6.- CLASIFICACIÓN Y CÁLCULO DE LOS LOCALES O ESTABLECIMIENTOS INDUSTRIALES Y COMERCIALES.

Tabla 66 Calculo del costo del permiso de funcionamiento

Para Comerciales, Calculo en base del activo total de la empresa			
Fraccion Basica USD\$	Exceso Hasta USD\$	Impuesto sobre Fraccion Basica USD\$	Impuesto sobre Exceso
0.01	100,000.00	0	0,0007
100,000.01	300,000.00	70.00	0,0008
300,000.01	900,000.00	230.00	0,0009
900,000.01	2,700,000.00	770.00	0,001
2,700,000.01	En adelante	2,570.00	0,0011

Fuente: Municipalidad del Cantón Manta

Basados en esta tabla y el total de activos del establecimiento el valor económico a cancelar por la Permiso de Funcionamiento es de 70 dólares.

3.21.4 Permiso de funcionamiento del Cuerpo de Bombero

De acuerdo al marco legal, vigente en el reglamento de prevención, mitigación y protección contra incendios, se manifiesta importante el siguiente artículo:

Artículo 350.- El propietario del local o la persona interesada para obtener el permiso de funcionamiento debe presentar al cuerpo de bombero las siguientes documentaciones:

- Solicitud de inspección del local
- Informe favorable de la inspección
- Copia del RUC
- Copia de la calificación artesanal (artesanos calificados)
- Copia del Predio Urbano

Requisitos mínimos que debe cumplir un establecimiento de más de 500 m² para obtener el permiso según un artículo de una revista del Benemérito Cuerpo de Bomberos de Guayaquil:

- Debe contar con un extintor de 10 libras. De polvo químico seco (PQS) (ABC) uno por cada 50 m² debe instalarse a una altura de 1.53 metros. del piso al soporte, debidamente señalizados ya sea de tipo reflectivo o foto luminiscente.

Según El Benemérito Cuerpo de Bomberos, explica que los incendios de tipo (ABC) son los siguientes:

Los fuegos de clase A son aquellos que se producen por materiales como madera, papeles, plásticos, textiles o cartones.

Los fuegos de clase B son aquellos que se producen por combustibles líquidos inflamables tales como la gasolina, la pintura,

grasa utilizadas para mantenimiento de máquinas, petróleo o gas licuado.

Los fuegos de clase C son aquellos que se los denominan también como “fuegos eléctricos”, esto quiere decir que son incendios provocados por equipos o instalaciones que funcionan en base a electricidad.

- Se deberá colocar lámpara de emergencia dentro del establecimiento, estarán ubicadas en todas las vías de evacuación y puertas de salida.
- Instalaciones eléctricas en buen estado.
- Sistema de detención de humo con panel centralizado (no a batería ni pila).
- Letreros de evacuación “SALIDA”, fondo verde con letras blancas en formato de 30 cm x 20 cm en vías de evacuación puede ser tipo reflectivo o foto luminiscente.
- Letrero de salida “SALIDA” de tipo luminoso constante a batería o foto luminiscente en la parte superior de la puerta principal y alterna.
- Aperturas de las puertas en sentido de la evacuación es decir de adentro hacia afuera, se prohíbe la implementación de cualquier dispositivo de cierre que impida el ingreso o egreso de personas.
- Sistema hidráulico.
- Puertas de emergencia debidamente señalizada con letrero de “SALIDA” de tipo luminoso constante a batería o foto luminiscente.
- Escaleras de emergencia en caso de ser requeridas.
- Colocar un letrero con la capacidad máxima del local.
- Colocar letreros con los números de emergencia, que sean visibles.
(El Universo, 2013)

El valor del permiso de cuerpos de bomberos será de 35 dólares.

3.21.5 Inscripción en la Cámara de Comercio de Manta

Los requisitos para inscribirse son los siguientes:

- Copia de Ruc
- Copia de escritura de constitución de la compañía.
- Copia de la cedula de ciudadanía del propietario del negocio.
- Certificado de honorabilidad.
- Declaración del capital que se ha invertido del negocio.
- Llenar la solicitud de Inscripción.
- 3 fotografías tamaño carnet.
- Pago de la inscripción a la Cámara de Comercio de Manta que será de 140 dólares.
- Pago mensual de la cuota de afiliación a la Cámara de Comercio de Manta que será de 60 dólares, por ser primera vez se debe cancelar los 12 meses por adelantado. Como se lo hará desde el mes de enero del 2015 el valor será de 760 dólares.

3.21.6 Permiso de funcionamiento para locales por el Ministerio de Salud Pública del Ecuador

Los datos fueron obtenidos de la página web del Ministerio de Salud Pública del Ecuador del año 2014

Requisitos:

1. Formulario de solicitud (sin costo) llenado y suscrito por el propietario.
2. Copia del registro único de contribuyentes (RUC).
3. Copia de la cedula de ciudadanía o de identidad del propietario o del representante legal del establecimiento.
4. Documentos que acrediten la personería Jurídica cuando corresponda.
5. Copia del título del profesional de la salud responsable técnico del establecimiento, debidamente registrado en el Ministerio de Salud Pública, para el caso de establecimientos que de conformidad con los reglamentos específicos así lo señalen.
6. Plano del establecimiento a escala 1:50.
7. Croquis de ubicación del establecimiento.
8. Permiso otorgado por el Cuerpo de Bomberos.
9. Copia del o los certificados ocupacionales de salud del personal que labora en el establecimiento, conferido por un Centro de Salud del Ministerio de Salud Pública. (Ministerio De Salud Publica Del Ecuador, 2014)

El valor económico a cancelar por el permiso de funcionamiento otorgado por el Ministerio de Salud Pública del Ecuador es de 200 dólares.

El certificado de salud personal tiene un costo de 2,50 dólares por persona, el establecimiento contara con 37 trabajadores esto daría un valor total de 92.50 dólares. (MinisterioDeSaludPublicaDelEcuador, 2014)

3.21.7 Registro de Marca y/o Nombre y lema comercial de la empresa en el Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual (IEPI)

Los datos fueron obtenidos de la página web del Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual del año 2014.

Requisitos:

1) Búsqueda fonética de denominación (Duración del trámite: 5 días hábiles)

- Presentar una carta o enviar un correo electrónico en el cual se detalle la denominación que se va a buscar y adjuntar el valor de 51 dólares los cuales corresponden a 16 dólares de la tasa que cobra el Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual (IEPI) Y 35 dólares que corresponde a los honorarios de la Cámara de Comercio de Manta.

2) Luego de obtener el resultado de la búsqueda fonética se procede con el trámite de Registro de Marcas y/o Nombre Comercial. (Duración del Trámite: 6 meses).

Documentos a presentar:

- Carta dirigida a la Cámara de Comercio de Manta solicitando la realización del trámite de registro de marca y/o nombre comercial.

La carta deberá contener los datos generales a favor de quien se va a registrar el título de registro de marca, esto es nombres completos, dirección, teléfonos, nacionalidad y correo electrónico.

Detalles de la marca a registrar (Nombre, tipo de signo, logo, descripción completa y clara del signo, naturaleza del signo, signo que acompaña al lema comercial y especificación individualizada de los productos o servicios).

- Solicitud de registro de signos distintivos, llenada a computadora, suscrita por el petitionerio.
- Entregar 2 copias de cedula de ciudadanía y del certificado de votación del petitionerio.
- Una copia notariada del nombramiento del representante legal en el caso de ser una compañía.
- Seis éticas a color tamaño 5x5 cm. En papel adhesivo si la marca es figurativa o mixta.
- Declaración de exoneración de responsabilidades, donde el socio declara que si se presenta algún trámite de oposición, de inmediato cesara el patrocinio de asesoría legal por parte de la Cámara de Comercio de Manta.

3) Una vez el IEPI conceda el registro de marca a favor del socio, se deberá solicitar la emisión del título de registro de marca o nombre comercial (Duración del trámite: 1 mes).

Gastos a Cancelar

Tabla 67 Tasas IEPI

Cuadro de Tasas que cobra el Instituto Ecuatoriano de la Propiedad Intelectual –IEPI- por los actos y servicios que brinda a los usuarios		
CONCEPTO	TASAS	
	S.M.V.	DOLARES
SOLICITUDES		
Tramite de Solicitudes de registro, inscripcion o concesion de derechos de marcas	29	\$ 116,00
Tramite de Solicitudes de registro, inscripcion o concesion de nombre comercial	29	\$ 116,00
Tramite de Solicitudes de registro, inscripcion o concesion de lema comercial	29	\$ 116,00
Costo de tramites y honorarios		\$ 51,00
TOTAL		\$ 399,00

Fuente: (IEPI, 2014)

CAPITULO IV

ESTUDIO TECNICO FINANCIERO

4.1 ANÁLISIS FINANCIERO

4.1.1 Activo diferido

Los gastos diferidos son los gastos que la empresa necesita realizar para poder iniciar sus operaciones, sin estos gastos no se podría de ninguna manera inaugurar el centro de entrenamiento físico.

La particularidad del activo diferido es que deben amortizarse por ciertos periodos una vez iniciada las operaciones, para el caso del proyecto el activo diferido va a ser amortizado en 5 años.

Tabla 68 Activo diferido

Activo Diferido	Valor
<i>Gastos Para Constituir la empresa</i>	\$ 1.636,00
<i>Permisos Obligatorios</i>	\$ 1.756,50
<i>Licencia y Sistemas</i>	\$ 1.000,00
<i>Acondicionamientos</i>	\$ 60.116,42
Activo Diferido	\$ 64.508,92

Elaborado por: autores del proyecto

4.1.2 Activo fijo

Según los autores Homgren y Foster en su libro Contabilidad de Costo un Enfoque Gerencial, 2009 explica que los activos fijos son un recurso que la empresa tiene a su favor, están conformados por los bienes y derechos

adquiridos con la finalidad de utilizarlo en todas sus operaciones, estos recursos son adquiridos por parte de la empresa para su uso y no para ser comercializados, solo dejan de ser de la empresa cuando son vendidos ya sea porque ha llegado al fin de su vida útil o simplemente ya no los necesita.

Tabla 69 Activos Fijos

ACTIVOS FIJOS	
DETALLE DE INVERSIONES	TOTAL
MUEBLES Y ENSERES AREA ADM.	\$ 6.874,00
MUEBLES Y ENSERES AREA OPERACIONAL	\$ 37.331,88
EQUIPOS DE OFICINA	\$ 23.962,22
EQUIPOS DE COMPUTACION	\$ 2.588,65
MAQUINARIAS	\$ 150.342,15
SEGURIDAD Y CONTROL INTERNO	\$ 3.137,00
SEGURIDAD CUERPO DE BOMBEROS	\$ 1.374,40
VALOR TOTAL DE LA INVERSION	\$ 225.610,31

Elaborado por: autores del proyecto

4.1.3 Demanda Proyectada

Para elaborar la tabla de demanda que se detalla se usó datos que se recopilaron durante la investigación de mercado y datos disponibles de la última encuesta poblacional realizada en el país (INEC, 2010), Con la demanda proyectada se puede estimar cuantos clientes visitaran el centro de entrenamiento al arrancar sus operaciones y al último periodo proyectado para la evaluación financiera.

Tabla 70 Demanda Proyectada

Demanda proyectada						
Año		AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Población de la parroquia de Manta		51,265	51,778	52,295	52,818	53,347
Población apta para acudir al centro de entrenamiento	55.67%	28,541	28,826	29,114	29,406	29,700
Nivel Socioeconómico de Medio a Alto	62%	17,581	17,757	17,934	18,114	18,295
Mercado Potencial		17,581	17,757	17,934	18,114	18,295
Demanda insatisfecha	76.93%	13,525	13,660	13,797	13,935	14,074
Mercado Objetivo		13,525	13,660	13,797	13,935	14,074
Porcentaje de clientes reales esperado	61%	8,250	8,333	8,416	8,500	8,585
Demanda Anual		8,250	8,333	8,416	8,500	8,585
Crecimiento esperado	3.5%	8,250	8,624	8,711	8,798	8,886
Demanda Anual Mas Crecimiento esperado		8,250	8,624	8,711	8,798	8,886

Elaborado por: autores del proyecto

La tabla muestra que solo la mitad de la población de la Parroquia Manta esta físicamente apta para ir a un gimnasio, siguiendo con la segmentación se consideró solo los niveles socioeconómicos de medios a altos debido a que los valores de suscripción son difícilmente accesibles a la población con menores recursos, según la investigación de mercado actualmente existe un 77% que no tienen un lugar a donde asistir a realizar sus ejercicios ya que la oferta solo cubre un 23% de la demanda por eso el proyecto se enfocara en ese 77% de la población como mercado objetivo en otras palabras es donde se apuntaran todas las estrategias de mercadotecnia explicadas en capítulos anteriores, del mercado objetivo se espera actualmente un 61 % de clientes. Es importante detallar que el crecimiento económico del país está disminuyendo desde el año 2013 que se obtuvo un 5%, se especula que se va a cerrar el 2014 con un 4%. A continuación una tabla con el resumen de la demanda.

Tabla 71 Crecimiento de la población

Año	Mercado Potencial	Mercado Objetivo	Demanda anual
AÑO 1	17,581	13,525	8,250
AÑO 2	17,757	13,660	8,624
AÑO 3	17,934	13,797	8,711
AÑO 4	18,114	13,935	8,798
AÑO 5	18,295	14,074	8,886

Elaborado por: autores del proyecto

4.1.4 Proyección de Ingresos.

La proyección de ingresos nos permite visualizar lo ingresos económicos que se van a obtener por un periodo de tiempo determinado, esto es uno de los primeros pasos para evaluar el proyecto a través de varios instrumentos financieros.

Tabla 72 Proyección de ingresos año 1

Proyección de ingresos Año 1											
Periodo	Participación por venta	Demanda real 2015	Tipo de suscripciones				Precios Suscripciones				Ingresos Mensuales
			Anuales	Semestrales	Trimestrales	Mensuales	Anuales	Semestrales	Trimestrales	Mensuales	
JUNIO	330	4%				330	-	-	-	13,200.54	13,200.54
JULIO	495	6%				495	-	-	-	13,200.54	13,200.54
AGOSTO	578	7%				578	-	-	-	13,200.54	13,200.54
SEPTIEMBRE	660	8%	10	25	30	595	3,840.00	6,000.00	3,600.00	23,801.09	37,241.09
OCTUBRE	660	8%	10	25	30	595	3,840.00	6,000.00	3,600.00	23,801.09	37,241.09
NOVIEMBRE	743	9%	10	25	30	678	3,840.00	6,000.00	3,600.00	23,801.09	37,241.09
DICIEMBRE	743	9%	15	30	35	663	5,760.00	7,200.00	4,200.00	26,501.23	43,661.23
ENERO	743	9%	15	30	35	663	5,760.00	7,200.00	4,200.00	26,501.23	43,661.23
FEBRERO	743	9%	15	30	35	663	5,760.00	7,200.00	4,200.00	26,501.23	43,661.23
MARZO	825	10%	15	30	35	663	5,760.00	7,200.00	4,200.00	26,501.23	43,661.23
ABRIL	825	10%	15	30	35	663	5,760.00	7,200.00	4,200.00	26,501.23	43,661.23
MAYO	908	11%	15	30	35	663	5,760.00	7,200.00	4,200.00	26,501.23	43,661.23
Total anual	8,250	100%	120	255	300	7,245	46,080.00	61,200.00	36,000.00	270,012.25	413,292.25

Elaborado por: autores del proyecto

La tabla anterior muestra cómo serán los ingresos durante los primeros meses una vez iniciada las operaciones se puede observar que durante los

primeros tres meses los ingresos son bajos, esto debido a que los meses iniciales son donde empieza la captación de clientes y en los meses posteriores además de la captación también se trabaja en la fidelización, A continuación una tabla con los Ingresos anuales proyectado a 5 años.

Tabla 73 Proyección de ingresos anuales

Proyección de ingresos Anuales										
Periodo	Demanda Anual	Tipo de suscripciones				Ingreso pos Suscripciones				Ingresos Anuales
		2%	4%	6%	88%					
		Anuales	Semestrales	Trimestrales	Mensuales	Anuales	Semestrales	Trimestrales	Mensuales	
AÑO 1	8,250	120	255	300	7,245	46,080.00	61,200.00	36,000.00	270,012.25	413,292.25
AÑO 2	8,624	172	345	517	7,590	68,547.75	85,684.69	64,263.51	314,177.18	532,673.13
AÑO 3	8,711	174	348	523	7,665	71,649.47	89,561.83	67,171.37	328,393.39	556,776.06
AÑO 4	8,798	176	352	528	7,742	74,891.53	93,614.42	70,210.81	343,252.86	581,969.62
AÑO 5	8,886	178	355	533	7,820	78,280.30	97,850.37	73,387.78	358,784.71	608,303.16
Total anual	43,269.24	820	1,656	2,401	38,062	339,449.05	427,911.31	311,033.48	1,614,620.38	2,693,014.22

Elaborado por: autores del proyecto

La tabla anterior detalla los diferentes tipos de suscripciones que el consumidor tendrá a su disposición, según la entrevista realizada en la investigación de mercado se logró determinar las cantidades promedios en que se comercializa cada una de las diferentes suscripciones. Se destaca en la tabla cuán importante son las suscripciones anuales, semestrales y trimestrales que son en cantidad menor a las mensuales pero que logran juntas el 40% de los ingresos anuales.

4.1.5 Costos

Según el autor Gerardo Cantú autor del libro Contabilidad Financiera, 2011 explica que los costos lo define como el desembolso económico que realiza la empresa para poder ofrecer sus servicios. Al determinar los costos, se

puede establecer un precio tentativo al público. A continuación una tabla con los costos que se identificaron en el proyecto.

Tabla 74 Costos Indirectos

Detalle	Periodo 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Costos Indirectos						
Costos Variables						
Electricidad		\$ 20,664.61	\$ 21,385.81	\$ 22,132.17	\$ 22,904.59	\$ 23,703.96
Mantenimiento		\$ 8,265.85	\$ 8,554.32	\$ 8,852.87	\$ 9,161.83	\$ 9,481.58
Total de Costos Variables		\$ 28,930.46	\$ 29,940.13	\$ 30,985.04	\$ 32,066.42	\$ 33,185.54
Costos Fijos						
Teléfono		\$ 500.00	\$ 517.45	\$ 535.51	\$ 554.20	\$ 573.54
Agua		\$ 2,500.00	\$ 2,587.25	\$ 2,677.55	\$ 2,770.99	\$ 2,867.70
Internet		\$ 420.00	\$ 434.66	\$ 449.83	\$ 465.53	\$ 481.77
Alquiler de planta	3000	\$ 18,000.00	\$ 18,628.20	\$ 19,278.32	\$ 19,951.14	\$ 20,647.43
Gastos de movilización		\$ 900.00	\$ 931.41	\$ 963.92	\$ 997.56	\$ 1,032.37
Total Costos Fijos		\$ 22,320.00	\$ 23,098.97	\$ 23,905.12	\$ 24,739.41	\$ 25,602.82
Total de Costos Indirectos	\$ 3,000.00	\$ 51,250.46	\$ 53,039.10	\$ 54,890.16	\$ 56,805.83	\$ 58,788.35

Elaborado por: autores del proyecto

4.1.6 Gasto

Son aquellos gastos en los cuales incurre la empresa para poder continuar con sus operaciones, no tienen relación con la prestación del servicio pero si serán necesarios para que se realice comercialización del producto.

Tabla 75 Gasto

Gastos Operacionales						
Gasto de Administración						
Sueldos y Salarios		\$ 220,222.66	\$ 260,193.69	\$ 286,213.06	\$ 314,834.37	\$ 346,317.80
Depreciación		\$ 28,305.10	\$ 28,305.10	\$ 28,305.10	\$ 19,454.80	\$ 19,454.80
Amortización Activo Diferido		\$ 12,901.78	\$ 12,901.78	\$ 12,901.78	\$ 12,901.78	\$ 12,901.78
Suministro de oficina	\$ 152.46	\$ 600.00	\$ 620.94	\$ 642.61	\$ 665.04	\$ 688.25
Materiales de Limpieza	\$ 177.81	\$ 400.00	\$ 413.96	\$ 428.41	\$ 443.36	\$ 458.83
Menaje	\$ 269.27					
Total de gastos de Administración	\$ 599.54	\$ 262,429.53	\$ 302,435.47	\$ 328,490.96	\$ 348,299.35	\$ 379,821.47
Gastos de Comercialización						
Publicidad Y Promoción	9668	\$ 8,348.00	\$ 8,639.35	\$ 8,940.86	\$ 9,252.89	\$ 9,575.82
Total de Gastos de Comercialización	9668	\$ 8,348.00	\$ 8,639.35	\$ 8,940.86	\$ 9,252.89	\$ 9,575.82
Total de Gastos Operacionales	9668	\$ 270,777.53	\$ 311,074.82	\$ 337,431.82	\$ 357,552.25	\$ 389,397.29
Total de costos y gastos	\$ 12,668.00	\$ 322,027.99	\$ 364,113.92	\$ 392,321.98	\$ 414,358.08	\$ 448,185.65

Elaborado por: autores del proyecto

El gasto mayoritario según la tabla son los rubros por sueldos y salarios, representan alrededor del 68% de los gastos totales, derivado en gran parte por las diferentes opciones de clases y horarios que los clientes van a tener en el centro de entrenamiento, esto crea la necesidad de contratar personal capacitado y con experiencia en cada una de las diferentes actividades ofrecidas en el negocio.

4.1.7 Sueldo

Los sueldos son solo una parte de los gastos, pero es el componente más destacado de todos los gastos, no solo porque son los más costosos sino también debido a que es necesario pagarle todo los beneficios que la ley dispone para no tener inconvenientes en lo posterior y tener un personal contento que aporte positivamente a la compañía.

Para la proyección de los sueldo se estimó un incremento del 10% anuales a todo los trabajadores, a continuación la tabla de sueldo detallado mensual y anual con todos sus beneficios sociales provisionados.

Tabla 76 Sueldos mensuales

Sueldos Mensuales								
Personal Administrativo y Operativo	Cantidad	Sueldos	Total	IESS Patrono	IESS Empleado	Decimo Tercero	Decimo Cuarto	Total de Gastos Mensual Sueldo
Gerente	1	\$ 1.000,00	\$ 1.000,00	\$ 111,50	\$ 94,50	\$ 83,33	\$ 28,33	\$ 1.223,17
Recepcionista/cajera	1	\$ 340,00	\$ 340,00	\$ 37,91	\$ 32,13	\$ 28,33	\$ 28,33	\$ 434,58
Contador	1	\$ 400,00	\$ 400,00	\$ 44,60	\$ 37,80	\$ 33,33	\$ 28,33	\$ 506,27
Deportologo	1	\$ 850,00	\$ 850,00	\$ 94,78	\$ 80,33	\$ 70,83	\$ 28,33	\$ 1.043,94
Dpto. de Ventas (Jefe de Ventas y Vendedor)	2	\$ 840,00	\$ 840,00	\$ 93,66	\$ 79,38	\$ 70,00	\$ 28,33	\$ 1.031,99
Asistente de servicios varios	1	\$ 340,00	\$ 340,00	\$ 37,91	\$ 32,13	\$ 28,33	\$ 28,33	\$ 434,58
Personal de seguridad y guardiana	2	\$ 1.000,00	\$ 2.000,00	\$ 223,00	\$ 94,50	\$ 166,67	\$ 28,33	\$ 2.418,00
Instructores de zona de Pesas/Funcional	2	\$ 1.104,00	\$ 1.104,00	\$ 123,10	\$ 104,33	\$ 92,00	\$ 28,33	\$ 1.347,43
Instructores de zona de Crossfit	2	\$ 800,00	\$ 800,00	\$ 89,20	\$ 75,60	\$ 66,67	\$ 28,33	\$ 984,20
Instructores de zona de TRX	2	\$ 600,00	\$ 600,00	\$ 66,90	\$ 56,70	\$ 50,00	\$ 28,33	\$ 745,23
Instructores de zona de Ritmos	4	\$ 1.440,00	\$ 1.440,00	\$ 160,56	\$ 136,08	\$ 120,00	\$ 28,33	\$ 1.748,89
Instructores de Zona de Queenax	2	\$ 600,00	\$ 600,00	\$ 66,90	\$ 56,70	\$ 50,00	\$ 28,33	\$ 745,23
Instructores de zona de Pole Fitness	2	\$ 480,00	\$ 480,00	\$ 53,52	\$ 45,36	\$ 40,00	\$ 28,33	\$ 601,85
Instructores de zona de Spinning	2	\$ 624,00	\$ 624,00	\$ 69,58	\$ 58,97	\$ 52,00	\$ 28,33	\$ 773,91
Instructores de Zona de Defensa Personal	3	\$ 840,00	\$ 840,00	\$ 93,66	\$ 79,38	\$ 70,00	\$ 28,33	\$ 1.031,99
Instructores de zona de Relajación	4	\$ 840,00	\$ 840,00	\$ 93,66	\$ 79,38	\$ 70,00	\$ 28,33	\$ 1.031,99
Instructores de zona de Kinesis	2	\$ 600,00	\$ 600,00	\$ 66,90	\$ 56,70	\$ 50,00	\$ 28,33	\$ 745,23
Instructores de zona de Cardio	2	\$ 1.104,00	\$ 1.104,00	\$ 123,10	\$ 104,33	\$ 92,00	\$ 28,33	\$ 1.347,43
Personal Administrativo y Operativo		\$ 13.802,00	\$ 14.802,00	\$ 1.650,42	\$ 1.304,29	\$ 1.233,50	\$ 510,00	\$ 18.195,92

Elaborado por: autores del proyecto

Tabla 77 Sueldos Projectados

Sueldos Projectados							
Personal Administrativo y Operativo	Año 1	Año 2			Año 3	Año 4	Año 5
		Sueldo mas Incremento	Fondo de Reserva	Total 2016			
Gerente	\$ 14.678,00	\$ 16.145,80	\$ 1.344,95	\$ 17.490,75	\$ 19.239,82	\$ 21.163,80	\$ 23.280,18
Recepcionista/cajera	\$ 5.214,92	\$ 5.736,41	\$ 477,84	\$ 6.214,26	\$ 6.835,68	\$ 7.519,25	\$ 8.271,17
Contador	\$ 6.075,20	\$ 6.682,72	\$ 556,67	\$ 7.239,39	\$ 7.963,33	\$ 8.759,66	\$ 9.635,63
Deportologo	\$ 12.527,30	\$ 13.780,03	\$ 1.147,88	\$ 14.927,91	\$ 16.420,70	\$ 18.062,77	\$ 19.869,04
Dpto. de Ventas (Jefe de Ventas y Vendedor)	\$ 12.383,92	\$ 13.622,31	\$ 1.134,74	\$ 14.757,05	\$ 16.232,76	\$ 17.856,03	\$ 19.641,63
Asistente de servicios varios	\$ 5.214,92	\$ 5.736,41	\$ 477,84	\$ 6.214,26	\$ 6.835,68	\$ 7.519,25	\$ 8.271,17
Personal de seguridad y guardiana	\$ 29.016,00	\$ 31.917,60	\$ 2.658,74	\$ 34.576,34	\$ 38.033,97	\$ 41.837,37	\$ 46.021,10
Instructores de zona de Pesas/Funcional	\$ 16.169,15	\$ 17.786,07	\$ 1.481,58	\$ 19.267,65	\$ 21.194,41	\$ 23.313,85	\$ 25.645,24
Instructores de zona de Crossfit	\$ 11.810,40	\$ 12.991,44	\$ 1.082,19	\$ 14.073,63	\$ 15.480,99	\$ 17.029,09	\$ 18.732,00
Instructores de zona de TRX	\$ 8.942,80	\$ 9.837,08	\$ 819,43	\$ 10.656,51	\$ 11.722,16	\$ 12.894,38	\$ 14.183,81
Instructores de zona de Ritmos	\$ 20.986,72	\$ 23.085,39	\$ 1.923,01	\$ 25.008,41	\$ 27.509,25	\$ 30.260,17	\$ 33.286,19
Instructores de Zona de Queenax	\$ 8.942,80	\$ 9.837,08	\$ 819,43	\$ 10.656,51	\$ 11.722,16	\$ 12.894,38	\$ 14.183,81
Instructores de zona de Pole Fitness	\$ 7.222,24	\$ 7.944,46	\$ 661,77	\$ 8.606,24	\$ 9.466,86	\$ 10.413,55	\$ 11.454,90
Instructores de zona de Spinning	\$ 9.286,91	\$ 10.215,60	\$ 850,96	\$ 11.066,56	\$ 12.173,22	\$ 13.390,54	\$ 14.729,60
Instructores de Zona de Defensa Personal	\$ 12.383,92	\$ 13.622,31	\$ 1.134,74	\$ 14.757,05	\$ 16.232,76	\$ 17.856,03	\$ 19.641,63
Instructores de zona de Relajación	\$ 12.383,92	\$ 13.622,31	\$ 1.134,74	\$ 14.757,05	\$ 16.232,76	\$ 17.856,03	\$ 19.641,63
Instructores de zona de Kinesis	\$ 8.942,80	\$ 9.837,08	\$ 819,43	\$ 10.656,51	\$ 11.722,16	\$ 12.894,38	\$ 14.183,81
Instructores de zona de Cardio	\$ 16.169,15	\$ 17.786,07	\$ 1.481,58	\$ 19.267,65	\$ 21.194,41	\$ 23.313,85	\$ 25.645,24
Personal Administrativo y Operativo	\$ 220.222,66	\$ 240.186,18	\$ 20.007,51	\$ 260.193,69	\$ 286.213,06	\$ 314.834,37	\$ 346.317,80

Elaborado por: autores del proyecto

4.1.8 Capital de trabajo

Según los autores Manuel Rodríguez y Yasser Regatillo en su libro Metodología para realizar análisis económico financiero en una entidad económica, 2012 explica que el capital de trabajo es el dinero que la empresa necesita para cubrir sus operaciones durante los primeros meses de vida. En otras palabras necesitamos pagar sueldos, proveedores, electricidad, etc. desde el primer mes aunque no exista un saldo positivo en nuestros balances.

Para el cálculo del capital de trabajo es necesario saber cuánto vamos a vender o mejor dicho cuál va a ser el ingreso del centro de entretenimiento, además de necesitar una proyección de los costos y gastos; la diferencia negativa de estas dos proyecciones será el capital de trabajo hasta que los saldos comiencen a ser positivos.

Tabla 78 Capital de trabajo

Saldo mensual de caja y acumulado							
Descripción	0	jun-14	jul-14	ago-14	sep-14	oct-14	nov-14
Ingresos		13.200,54	13.200,54	13.200,54	37.241,09	37.241,09	37.241,09
egresos	\$ (12.668,00)	\$ 22.564,79	\$ 22.564,79	\$ 22.564,79	\$ 22.564,79	\$ 22.564,79	\$ 22.564,79
Financiamiento							
Saldo mensual		(9.364,25)	(9.364,25)	(9.364,25)	14.676,29	14.676,29	14.676,29
Saldo acumulado		(22.032,25)	(31.396,50)	(40.760,75)	(26.084,46)	(11.408,16)	3.268,13

Elaborado por: autores del proyecto

El gráfico muestra que se espera tener saldo negativo hasta el tercer mes luego de iniciada las operaciones, aunque el saldo acumulado seguirá negativo hasta el quinto mes, la tabla anterior muestra que el capital de trabajo será hasta el tercer mes, y a partir del cuarto mes la empresa podrá cubrir sola sus gastos.

4.1.9 Inversión Total

Está conformada por los valores correspondientes a los activos fijos, diferidos y el capital de trabajo que se mostraron anteriormente a continuación la tabla resumen de la inversión total necesaria para el centro de entrenamiento

Tabla 79 Inversión total

Inversión Total		
Activos Diferidos		\$ 64.508,92
Activos Fijos		\$ 225.610,31
Capital de trabajo		\$ 40.760,75
Inversión Total		\$ 330.879,98

Elaborado por: autores del proyecto

4.1.10 Financiamiento

Para la financiación del proyecto se va a obtener un préstamo a la Corporación Financiera Nacional (CFN, 2014) debido a sus continuos programas para financiar nuevos proyectos entre los requisitos para la obtención del crédito están que los accionistas deben completar como mínimo un 30% de capital propio y el 70% restante lo financia, este requisito se cumple a través de capital propio de las dos personas involucradas en el proyecto y de una accionista con experiencia en el sector e interesado en invertir en el centro de entrenamiento en manta, otros requisitos se lo puede visualizar en los anexos.

Tabla 80 Financiamiento

Financiamiento				
Préstamo			\$ 135.879,98	41%
Capital propio	Kerly	\$ 50.000,00		
	Carlos	\$ 50.000,00		
	Accionista	\$ 95.000,00	\$ 195.000,00	59%
	Totales		\$ 330.879,98	100%

Elaborado por: autores del proyecto

Los socios van a portar con un capital inicial de \$195.000, lo que corresponde al 59% de la inversión total, faltando \$135,879.98 o el 41% por completar, para poder completar la inversión total es necesario la obtención de un préstamo de alguna entidad financiera.

Uno de los beneficios que otorga la CFN es otorgar seis meses de gracias para comenzar a pagar la primera cuota a de la deuda lo que le da al proyecto oportunidad de establecerse en el mercado y aumentar sus ingresos para poder cumplir sus obligaciones con la CFN correctamente.



Beneficiario	<ul style="list-style-type: none"> • Personas Naturales y Jurídicas
Destino	<ul style="list-style-type: none"> • Activos Fijos • Capital de Trabajo
Monto	<ul style="list-style-type: none"> • Desde USD 50.000
Valor del financiamiento	<ul style="list-style-type: none"> • Hasta 70% Proyectos Nuevos • Hasta 100% Proyectos de Ampliación
Tasa de Interés y Período de Gracia	<ul style="list-style-type: none"> • Informados por CFN
Plazo	<ul style="list-style-type: none"> • Hasta 10 años Activos Fijos • Hasta 3 años Capital de Trabajo
Garantías	<ul style="list-style-type: none"> • No podrán ser inferiores al 125% de la obligación garantizada. Hipotecarias – Prendarias
Período de Gracia	<ul style="list-style-type: none"> • Máximo 2 años en función de los flujos presentados.



Grafico 70 Detalles del crédito

Fuente: Susana Cordova Financiamiento directo de CFN como herramienta para el crecimiento empresarial (Cordova, 2013)

A continuación la tabla de amortización de la deuda a un plazo de dos años.

Tabla 81 Amortización de la deuda

ANEXO DE EVALUACIÓN FINANCIERA PROYECTO

Prestamos	135.879,98
Tasa	11,00% <i>TPP-A . http://www.cfn.fin.ec/index.php</i>
Periodo	24 (meses)
Pago	\$ 16.276,68

CFN

	Periodo	Saldo Inicial	Interés	Amort. capital	pago	saldo final
PERIODO 0	0					135.879,98
	1	135.879,98				135.879,98
	2	135.879,98				135.879,98
	3	135.879,98				135.879,98
	4	135.879,98				135.879,98
	5	135.879,98				135.879,98
	6	135.879,98				135.879,98
PERIODO 1	7	135.879,98	14.946,80	1.329,89	\$ 16.276,68	134.550,09
	8	134.550,09	14.800,51	1.476,17	\$ 16.276,68	133.073,92
	9	133.073,92	14.638,13	1.638,55	\$ 16.276,68	131.435,37
	10	131.435,37	14.457,89	1.818,79	\$ 16.276,68	129.616,57
	11	129.616,57	14.257,82	2.018,86	\$ 16.276,68	127.597,71
	12	127.597,71	14.035,75	2.240,94	\$ 16.276,68	125.356,78
	13	125.356,78	13.789,25	2.487,44	\$ 16.276,68	122.869,34
	14	122.869,34	13.515,63	2.761,06	\$ 16.276,68	120.108,28
	15	120.108,28	13.211,91	3.064,77	\$ 16.276,68	117.043,51
	16	117.043,51	12.874,79	3.401,90	\$ 16.276,68	113.641,61
	17	113.641,61	12.500,58	3.776,11	\$ 16.276,68	109.865,50
	18	109.865,50	12.085,21	4.191,48	\$ 16.276,68	105.674,03
PERIODO 2	19	105.674,03	11.624,14	4.652,54	\$ 16.276,68	101.021,49
	20	101.021,49	11.112,36	5.164,32	\$ 16.276,68	95.857,17
	21	95.857,17	10.544,29	5.732,40	\$ 16.276,68	90.124,77
	22	90.124,77	9.913,72	6.362,96	\$ 16.276,68	83.761,81
	23	83.761,81	9.213,80	7.062,88	\$ 16.276,68	76.698,93
	24	76.698,93	8.436,88	7.839,80	\$ 16.276,68	68.859,13
	25	68.859,13	7.574,50	8.702,18	\$ 16.276,68	60.156,95
	26	60.156,95	6.617,26	9.659,42	\$ 16.276,68	50.497,53
	27	50.497,53	5.554,73	10.721,96	\$ 16.276,68	39.775,57
	28	39.775,57	4.375,31	11.901,37	\$ 16.276,68	27.874,20
	29	27.874,20	3.066,16	13.210,52	\$ 16.276,68	14.663,68
	30	14.663,68	1.613,00	14.663,68	\$ 16.276,68	(0,00)

Elaborado por: autores del proyecto

La superintendencia de Bancos del Ecuador tiene establecido en la actualidad un interés del 11% y el pago por los dos años del crédito es de \$16.276,68.

4.1.11 Depreciación

Según el autor Roberto Márquez en su libro Contabilidad básica, 2012 explica que la depreciación es el mecanismo mediante el cual se reconoce el desgaste que va a sufrir el bien por el uso que se haga de él. Todo los activos fijos del centro de entrenamiento son utilizado para generar ingresos, estos sufrirán un desgaste normal durante su vida útil que el final lo lleva a ser inutilizable. Lo importante de la depreciación realizada en los activos fijos del proyecto es saber cómo será financieramente este desgaste.

Tabla 82 Depreciaciones

DEPRECIACIÓN DEL ACTIVO FIJO Administrativo							
ACTIVO FIJO	VALOR (U.S.\$)	Vida útil	1 Año 1	2 Año 2	3 Año 3	4 Año 4	5 Año 5
Equipos de Computación	\$ 2.588,65	3	862,88	862,88	862,88		
Muebles y enseres Admin	6.874,00	10	687,40	687,40	687,40	687,40	687,40
Equipos de oficina	23.962,22	3	7.987,41	7.987,41	7.987,41		
TOTAL	\$ 33.424,88	\$ 16,00	\$ 9.537,69	\$ 9.537,69	\$ 9.537,69	\$ 687,40	\$ 687,40
DEPRECIACIÓN DEL ACTIVO FIJO Operacionales							
ACTIVO FIJO	VALOR (U.S.\$)	Vida util	1 Año 1	2 Año 2	3 Año 3	4 Año 4	5 Año 5
Maquinarias	\$ 150.342,15	10	15.034,21	15.034,21	15.034,21	15.034,21	15.034,21
Muebles y enseres Oper	37.331,88	10	3.733,19	3.733,19	3.733,19	3.733,19	3.733,19
TOTAL	\$ 187.674,03	\$ 20,00	\$ 18.767,40				
Depreciaciones Totales	\$ 221.098,91	\$ 36,00	\$ 28.305,10	\$ 28.305,10	\$ 28.305,10	\$ 19.454,80	\$ 19.454,80

Elaborado por: autores del proyecto

4.1.12 Amortización

Según el autor Pascual Ayala en su libro Normas Internacionales de Información Financiera, 2014 explica que los activos diferidos, a pesar de estar clasificados como un activo, no son otra cosa que unos gastos ya pagados pero aún no utilizados, cuyo objetivo es no afectar la información financiera de la empresa en los periodos en los que aún no se han utilizado esos gastos.

Para poder funcionar el centro de entrenamiento incurrirá en unos gastos en el periodo cero que no utilizará de forma inmediata, ósea que los irá utilizando, consumiendo con el transcurso del tiempo, y mientras esto

sucede, permanecen en los estados financieros de la empresa en calidad de activos.

Tabla 83 Amortización de activo diferido

AMORTIZACIÓN ACTIVO DIFERIDO						
ACTIVO FIJO	VALOR (U.S.\$)	1	2	3	4	5
		Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
<i>Gastos de Constitución de la Empresa</i>	\$ 1.636,00	\$ 327,20	\$ 327,20	\$ 327,20	\$ 327,20	\$ 327,20
<i>Permisos y Patentes</i>	\$ 1.756,50	\$ 351,30	\$ 351,30	\$ 351,30	\$ 351,30	\$ 351,30
<i>Sistemas y Licencias</i>	\$ 1.000,00	\$ 200,00	\$ 200,00	\$ 200,00	\$ 200,00	\$ 200,00
<i>Acondicionamientos</i>	\$ 60.116,42	\$ 12.023,28	\$ 12.023,28	\$ 12.023,28	\$ 12.023,28	\$ 12.023,28
TOTAL	64.508,92	12.901,78	12.901,78	12.901,78	12.901,78	12.901,78

Elaborado por: autores del proyecto

4.1.13 Balance General Inicial

Tabla 84 Balance General Inicial

Balance General Inicial			
ACTIVOS			PASIVOS
<u>ACTIVO CIRCULANTE</u>	\$ 40.760,75		<u>PASIVO CIRCULANTE</u>
BANCOS	\$ 40.760,75		\$ -
<u>ACTIVO FIJO</u>	\$ 225.610,31		<u>PASIVO LARGO PLAZO</u>
MUEBLES Y ENSERES AREA ADM.	6874,0022		\$ 135.879,98
MUEBLES Y ENSERES AREA OPERACIONAL	37331,8828		
EQUIPOS DE OFICINA	23962,224		TOTAL PASIVO
EQUIPOS DE COMPUTACION	2588,653		\$ 135.879,98
MAQUINARIAS	150342,1476		PATRIMONIO
SEGURIDAD Y CONTROL INTERNO	3137		Capital
SEGURIDAD CUERPO DE BOMBEROS	1374,4		\$ 195.000,00
<u>ACTIVO DIFERIDO</u>	\$ 64.508,92		
Gastos de Constitución de la Empresa	\$ 1.636,00		
Permisos y Patentes	\$ 1.756,50		
Sistemas y Licencias	\$ 1.000,00		
Acondicionamientos	\$ 60.116,42		
TOTAL ACTIVOS	<u>\$ 330.879,98</u>		TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO
			<u>\$ 330.879,98</u>

Elaborado por: autores del proyecto

En este balance general inicial se puede tener una radiografía de como inicia la empresa sus actividades, con poco dinero en efectivo siendo las maquinarias el rubro con mayor valor por el lado de los activos.

Por el lado de los pasivos se destacan los pasivos a largo plazo que son la deuda que contrajimos con la Corporación Financiera Nacional, además también está el capital, dinero que fue aportado por los socios de la empresa.

4.1.14 Balance general proyectado.

Tabla 85 Balance General Proyectado

BALANCE GENERAL PROYECTADO						
PROYECCION A 5 AÑOS						
	Periodo 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
ACTIVOS						
ACTIVO CIRCULANTE	\$ 40.760,75	\$ 75.571,79	\$ 90.017,68	\$ 198.018,53	\$ 397.986,66	\$ 590.460,76
Bancos	\$ 40.760,75	\$ 75.571,79	\$ 90.017,68	\$ 198.018,53	\$ 397.986,66	\$ 590.460,76
ACTIVO FIJO	\$ 225.610,31	\$ 197.305,21	\$ 169.000,12	\$ 140.695,02	\$ 121.240,22	\$ 101.785,42
Equipos de Computación	\$ 2.588,65	\$ 2.588,65	\$ 2.588,65	\$ 2.588,65	\$ 2.588,65	\$ 2.588,65
Muebles y enseres Admin	\$ 6.874,00	\$ 6.874,00	\$ 6.874,00	\$ 6.874,00	\$ 6.874,00	\$ 6.874,00
Equipos de oficina	23.962,22	\$ 23.962,22	\$ 23.962,22	\$ 23.962,22	\$ 23.962,22	\$ 23.962,22
Maquinarias	\$ 150.342,15	\$ 150.342,15	\$ 150.342,15	\$ 150.342,15	\$ 150.342,15	\$ 150.342,15
Muebles y enseres Oper	37.331,88	\$ 37.331,88	\$ 37.331,88	\$ 37.331,88	\$ 37.331,88	\$ 37.331,88
Seguridad y control interno	\$ 3.137,00	\$ 3.137,00	\$ 3.137,00	\$ 3.137,00	\$ 3.137,00	\$ 3.137,00
Seguridad cuerpo de bomberos	\$ 1.374,40	\$ 1.374,40	\$ 1.374,40	\$ 1.374,40	\$ 1.374,40	\$ 1.374,40
(-) Depreciaciones Acumuladas	\$ 0,00	\$ 28.305,10	\$ 56.610,19	\$ 84.915,29	\$ 104.370,09	\$ 123.824,89
ACTIVO DIFERIDO	\$ 64.508,92	\$ 52.998,05	\$ 48.726,61	\$ 71.518,66	\$ 69.386,87	\$ 53.959,60
Gastos de Constitución de la Empresa	\$ 1.636,00	\$ 1.636,00	\$ 1.636,00	\$ 1.636,00	\$ 1.636,00	\$ 1.636,00
Permisos y Patentes	\$ 1.756,50	\$ 1.756,50	\$ 1.756,50	\$ 1.756,50	\$ 1.756,50	\$ 1.756,50
Sistemas y Licencias	\$ 1.000,00	\$ 1.000,00	\$ 1.000,00	\$ 1.000,00	\$ 1.000,00	\$ 1.000,00
Acondicionamientos	\$ 60.116,42	\$ 60.116,42	\$ 60.116,42	\$ 60.116,42	\$ 60.116,42	\$ 60.116,42
Impuesto Pagados por Adelantado		\$ 1.390,92	\$ 10.021,26	\$ 45.715,10	\$ 56.485,09	\$ 53.959,60
(-)Amortización		\$ 12.901,78	\$ 25.803,57	\$ 38.705,35	\$ 51.607,13	\$ 64.508,92
TOTAL ACTIVOS	\$ 330.879,98	\$ 325.875,06	\$ 307.744,40	\$ 410.232,22	\$ 588.613,75	\$ 746.205,78
PASIVOS						
PASIVO CIRCULANTE		\$ 1.390,92	\$ 10.021,26	\$ 45.715,10	\$ 56.485,09	\$ 53.959,60
15% Participación de los Trabajadores		\$ 619,10	\$ 4.460,50	\$ 20.347,97	\$ 25.141,73	\$ 24.017,63
22% Impuesto a La Renta		\$ 771,82	\$ 5.560,76	\$ 25.367,13	\$ 31.343,36	\$ 29.941,98
PASIVO A LARGO PLAZO	\$ 135.879,98	\$ 125.356,78	\$ 68.859,13			
Préstamo	\$ 135.879,98	\$ 125.356,78	\$ 68.859,13			
TOTAL PASIVO	\$ 135.879,98	\$ 126.747,70	\$ 78.880,38	\$ 45.715,10	\$ 56.485,09	\$ 53.959,60
PATRIMONIO						
Capital	\$ 195.000,00	\$ 195.000,00	\$ 195.000,00	\$ 195.000,00	\$ 195.000,00	\$ 195.000,00
Utilidad Retenida		\$ 4.127,36	\$ 33.864,02	\$ 169.517,12	\$ 337.128,67	\$ 497.246,18
TOTAL PATRIMONIO	\$ 195.000,00	\$ 199.127,36	\$ 228.864,02	\$ 364.517,12	\$ 532.128,67	\$ 692.246,18
TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO	\$ 330.879,98	\$ 325.875,06	\$ 307.744,40	\$ 410.232,22	\$ 588.613,75	\$ 746.205,78

Elaborado por: autores del proyecto

En la tabla anterior se muestran el balance general proyectado a 5 años se destaca que el dinero en el banco supera al valor de los activos en el año 3, lo que podría pensarse que el negocio va a tener una buena liquidez, el activo diferido se lo amortizo a 5 años y en lo que respecta a los pasivos la

deuda se terminó en el año 2 lo que disminuye nuestro nivel de endeudamiento para el año 3 y además la utilidad retenida va en aumento a partir del mismo año.

4.1.15 Estado de Pérdidas y Ganancias.

Tabla 86 Estado de Pérdidas y Ganancias Proyectado

ESTADO DE PERDIDAS Y GANANCIAS PROYECCIÓN A 5 AÑOS						
	Periodo 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
INGRESOS	\$ 413.292,25	\$ 532.673,13	\$ 556.776,06	\$ 581.969,62	\$ 608.303,16	
Ingresos por Suscripciones	\$ 413.292,25	\$ 532.673,13	\$ 556.776,06	\$ 581.969,62	\$ 608.303,16	
COSTOS	\$ 3.000,00	\$ 51.250,46	\$ 53.039,10	\$ 54.890,16	\$ 56.805,83	\$ 58.788,35
MARGEN DE CONTRIBUCIÓN	\$ (3.000,00)	\$ 362.041,80	\$ 479.634,03	\$ 501.885,89	\$ 525.163,79	\$ 549.514,81
GASTOS OPERACIONALES	\$ 10.267,54	\$ 270.777,53	\$ 311.074,82	\$ 337.431,82	\$ 357.552,25	\$ 389.397,29
Gastos Administrativo	\$ 599,54	\$ 262.429,53	\$ 302.435,47	\$ 328.490,96	\$ 348.299,35	\$ 379.821,47
Sueldos y Salarios	\$ -	\$ 220.222,66	\$ 260.193,69	\$ 286.213,06	\$ 314.834,37	\$ 346.317,80
Depreciación	\$ -	\$ 28.305,10	\$ 28.305,10	\$ 28.305,10	\$ 19.454,80	\$ 19.454,80
Amortización	\$ -	\$ 12.901,78	\$ 12.901,78	\$ 12.901,78	\$ 12.901,78	\$ 12.901,78
Suministro de oficina	\$ 152,46	\$ 600,00	\$ 620,94	\$ 642,61	\$ 665,04	\$ 688,25
Materiales de Limpieza	\$ 177,81	\$ 400,00	\$ 413,96	\$ 428,41	\$ 443,36	\$ 458,83
Menaje	\$ 269,27	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Gastos de Comercialización	\$ 9.668,00	\$ 8.348,00	\$ 8.639,35	\$ 8.940,86	\$ 9.252,89	\$ 9.575,82
PUBLICIDAD Y MARKETING	\$ 9.668,00	\$ 8.348,00	\$ 8.639,35	\$ 8.940,86	\$ 9.252,89	\$ 9.575,82
UTILIDAD OPERACIONAL	\$ (13.267,54)	\$ 91.264,26	\$ 168.559,22	\$ 164.454,08	\$ 167.611,54	\$ 160.117,52
GASTOS NO OPERACIONALES	\$ 87.136,90	\$ 138.822,55	\$ 28.800,98			
Gastos Financieros	\$ 87.136,90	\$ 138.822,55	\$ 28.800,98			
Intereses	\$ 87.136,90	\$ 138.822,55	\$ 28.800,98			
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTO Y PARTIC. TRABAJ.	\$ 4.127,36	\$ 29.736,66	\$ 135.653,10	\$ 167.611,54	\$ 160.117,52	
(-) 15% PARTICIPACIÓN TRABAJADORES	\$ 619,10	\$ 4.460,50	\$ 20.347,97	\$ 25.141,73	\$ 24.017,63	
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTO	\$ 3.508,26	\$ 25.276,16	\$ 115.305,14	\$ 142.469,81	\$ 136.099,89	
(-) 22% IMPUESTO A LA RENTA	\$ 771,82	\$ 5.560,76	\$ 25.367,13	\$ 31.343,36	\$ 29.941,98	
UTILIDAD NETA	\$ (13.267,54)	\$ 4.127,36	\$ 29.736,66	\$ 135.653,10	\$ 167.611,54	\$ 160.117,52

Elaborado por: autores del proyecto

Este estado financiero presenta los resultados de las operaciones de negocios realizados durante un período específico generalmente un trimestre o un año.

Permite establecer si el capital invertido rinde utilidades o generan pérdidas, con esto se determina la efectividad económica del proyecto.

El estado de resultado proyectado para el centro de entrenamiento físico muestra una visión positiva desde el primer año ya que refleja utilidad, la cual si bien es cierta es mínima da altas expectativas para los años posteriores, el año 2 del proyecto muestra una ganancia más alta a la que se obtuvo en el año 1 pero aún sigue siendo reducida, analizando el porqué de estos resultados se podría llegar a la conclusión que el rubro que incide para los años 1 y 2 sean de ganancias reducidas son los gastos financieros, este valor representa un 26% de los ingresos de la empresa durante este año, en el año 3 los gastos financieros disminuyen y deja un saldo positivo en sus operaciones, para el año 4 las cosas mejoran para el proyecto en un solo año la empresa duplica las utilidades del año que precedió, esto se debe en gran parte a que el préstamo se canceló, pero lo más interesante de la proyección de este estado financiero es que en el año 5 las utilidades bajan en una pequeña proporción sin que se haya incurrido en ninguna inversión o gasto adicional, analizando este resultado se puede ver los gastos administrativo son los que se elevan a través de los sueldos y salarios podría posiblemente indicar una revisión en la políticas del incremento salarial.

4.1.16 Flujo de Caja

Según el autor Jaime Flores en su libro Flujo de caja: Estudios financieros proyectados y Estados de flujos de efectivo concordado con las NIIF, 2013 detalla que el flujo de efectivo o flujo de caja de una empresa, se calcula restando las entradas y salidas de efectivo que representan las actividades de operativas de la empresa. En la contabilidad, flujo de caja es la diferencia

en la cantidad de efectivo disponible al comienzo de un período (saldo inicial) y el importe al final de ese período (saldo final).

Para el centro de entrenamiento se proyecta el flujo de caja a 5 años, con la finalidad de poder evaluar si es financieramente rentable el proyecto.

Tabla 87 Flujo de caja proyectado

FLUJO DE CAJA PROYECCIÓN A 5 AÑOS						
	Periodo 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
INGRESOS		\$ 413.292,25	\$ 532.673,13	\$ 556.776,06	\$ 581.969,62	\$ 608.303,16
Ingresos por Suscripciones		\$ 413.292,25	\$ 532.673,13	\$ 556.776,06	\$ 581.969,62	\$ 608.303,16
COSTOS	\$ 3.000,00	\$ 51.250,46	\$ 53.039,10	\$ 54.890,16	\$ 56.805,83	\$ 58.788,35
MARGEN DE CONTRIBUCIÓN		\$ 362.041,80	\$ 479.634,03	\$ 501.885,89	\$ 525.163,79	\$ 549.514,81
GASTOS OPERACIONALES	\$ 10.267,54	\$ 270.777,53	\$ 311.074,82	\$ 337.431,82	\$ 357.552,25	\$ 389.397,29
Gastos Administrativo	\$ 599,54	\$ 262.429,53	\$ 302.435,47	\$ 328.490,96	\$ 348.299,35	\$ 379.821,47
Sueldos y Salarios	\$ -	\$ 220.222,66	\$ 260.193,69	\$ 286.213,06	\$ 314.834,37	\$ 346.317,80
Depreciación	\$ -	\$ 28.305,10	\$ 28.305,10	\$ 28.305,10	\$ 19.454,80	\$ 19.454,80
Amortización		\$ 12.901,78	\$ 12.901,78	\$ 12.901,78	\$ 12.901,78	\$ 12.901,78
Suministro de oficina	\$ 152,46	\$ 600,00	\$ 620,94	\$ 642,61	\$ 665,04	\$ 688,25
Materiales de Limpieza	\$ 177,81	\$ 400,00	\$ 413,96	\$ 428,41	\$ 443,36	\$ 458,83
Menaje	\$ 269,27	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Gastos de Comercialización	\$ 9.668,00	\$ 8.348,00	\$ 8.639,35	\$ 8.940,86	\$ 9.252,89	\$ 9.575,82
Publicidad y Marketing	\$ 9.668,00	\$ 8.348,00	\$ 8.639,35	\$ 8.940,86	\$ 9.252,89	\$ 9.575,82
UTILIDAD OPERACIONAL		\$ 91.264,26	\$ 168.559,22	\$ 164.454,08	\$ 167.611,54	\$ 160.117,52
GASTOS NO OPERACIONALES		\$ 87.136,90	\$ 138.822,55	\$ 28.800,98		
Gastos Financieros		\$ 87.136,90	\$ 138.822,55	\$ 28.800,98		
Intereses		\$ 87.136,90	\$ 138.822,55	\$ 28.800,98		
Utilidad antes de Impuesto		\$ 4.127,36	\$ 29.736,66	\$ 135.653,10	\$ 167.611,54	\$ 160.117,52
(+) Depreciación		\$ 28.305,10	\$ 28.305,10	\$ 28.305,10	\$ 19.454,80	\$ 19.454,80
(+) Amortización Diferido		\$ 12.901,78	\$ 12.901,78	\$ 12.901,78	\$ 12.901,78	\$ 12.901,78
(+) Prestamo	\$ 135.879,98					
(-) Amortización de la deuda		\$ 10.523,20	\$ 56.497,65	\$ 68.859,13		
(-) Inversiones	\$ (225.610,31)					
(-) Diferido	\$ (64.508,92)					
(-) Capital de trabajo	\$ (40.760,75)					
Flujo de caja	\$ (195.000,00)	\$ 34.811,04	\$ 14.445,89	\$ 108.000,85	\$ 199.968,13	\$ 192.474,10
payback	\$ (195.000,00)	\$ (160.188,96)	\$ (145.743,07)	\$ (37.742,22)	\$ 162.225,91	\$ 354.700,01

Elaborado por: autores del proyecto

En el año 1 que es el del arranque del proyecto, se determina que hay una caja final favorable, durante los siguientes años los flujos son mayores

debido a las ventas proyectadas excepción del año 2 que como ya lo habíamos analizado se debe a los gastos financieros.

A partir del año 3, el proyecto es atractivo debido a la no existencia de inversiones y de aportes adicionales, observándose además que en el año 3 y 4 los valores en efectivos crecen alrededor de 100.000 dólares.

4.1.17 Recuperación de la Inversión

En el flujo de caja se puede observar que el saldo acumulado deja de ser negativo en el año 4 por lo que este es el año en que se recupera la inversión, pero queremos ser más exactos con el tiempo en que se la recupera por lo que se usara la siguiente fórmula para hallar el periodo exacto (VAQUIRO, 2010)

$$PR = t_n + \frac{Vt_n}{Vt_n + Vt_{(n+1)}} - m$$

T_n = Año del ultimo saldo negativo

Vt_n = Valor absoluto del ultimo saldo negativo

$Vt_{(n+1)}$ = Valor absoluto del primer saldo negativo

m = Tiempo de construcción en años

Grafico 71 Formula Recuperación de la inversión

Fuente: José Didier Vaquiro en su libro Pymes Futuro, 2010

Aplicada la fórmula:

Una vez aplicada la formula tenemos los siguientes datos.

Equivalencia	3	Años	2 meses	8 días
--------------	---	------	---------	--------

El total de la inversión se la recupera en 3 años 2 meses y 8 días lo que es un factor positivo, el recuperar la inversión antes del tiempo proyectado para su evaluación.

4.1.18 TIR y VAN

Para poder llevar a cabo este proyecto es importante examinar la potencial rentabilidad que el proyecto puede generar y en general si es viable o no este centro de entrenamiento. Como ya lo analizamos anteriormente en el proyecto hay que invertir un capital y se espera obtener una rentabilidad a lo largo de los años. Esta rentabilidad debe ser por lo menos mayor que si se invirtiera en una inversión con poco riesgo (letras del Estado, o depósitos en entidades financieras solventes). (Sierra, 2012).

- Valor Actual Neto (VAN). Es la suma de todo los valores llevados a tiempo actual correspondiente a todo los flujos netos durante los periodos que se están evaluando, deducido el valor de la inversión inicial.

$$VAN = -A + \frac{Q_1}{(1+k)} + \frac{Q_2}{(1+k)^2} + \dots + \frac{Q_n}{(1+k)^n}$$

Donde:

VA= Valor Actual Neto.

A= Desembolso inicial requerido para la inversión.

K= Tipo de actualización o de descuento aplicable a la inversión.

Q_1, Q_2, \dots, Q_n = Flujo de caja de cada período.

Gráfico 72 Formula del VAN

Fuente: Guillermo Sierra Análisis Financiero 2012

- Tasa Interna de Retorno (TIR). La deducción para analizar este método es sencilla pues considera que la inversión debe de realizarse si la TIR que se obtiene de los flujos proyectados es igual o superior a la tasa exigida por el inversor.

$$TIR = \sum_{t=1}^n [FCt / (1+i)^t] - I_0 = 0$$

Donde:

lo = inversión inicial

FC = flujo de caja del proyecto (ingresos menos egresos)

i = tasa de descuento o costo de oportunidad del capital

t = tiempo

n = vida útil del proyecto.

Grafico 73 Formula de la Tasa Interna de Retorno

Fuente: Guillermo Sierra Análisis Financiero 2012

A continuación el cálculo realizado en una tabla de Excel.

Tabla 88 Resultados VAN Y TIR

TIR		32%
VAN	\$	58.132,67

Elaborado por: autores del proyecto

Analizando el van podemos decir que el proyecto es positivo pues se maximiza las ganancias en \$58.132,67 descontado todo los gastos y la inversión.

Para analizar la TIR es necesario antes calcular el costo de capital que no es otra cosa que la tasa requerida de retorno por todos aquellos que financian la empresa.

La fórmula para sacar el costo de capital es la siguiente:

$$WACC(cpp) = K_e \frac{CAA}{CAA + D} + K_d(1 - T) \frac{D}{CAA + D}$$

Grafico 74 Formula del Costo Promedio Ponderado de Capital

Fuente: Guillermo Sierra Análisis Financiero 2012

Dónde:

WACC: Promedio Ponderado del Costo de Capital

Ke: Tasa de costo de oportunidad de los accionistas.

CAA: Capital aportado por los accionistas

D: Deuda financiera contraída

Kd: Costo de la deuda financiera -

T: Tasa de Impuestos

Tabla 89 Resultados del Costo Promedio Ponderado de Capital

WACC	21%
<i>Préstamo o Deuda</i>	\$ 135.879,98
<i>%Costo Deuda</i>	\$ 0,11
<i>%Impuesto</i>	\$ 0,22
<i>Capital Propio</i>	\$ 195.000,00
<i>%Costo Cap. Propio</i>	\$ 0,30
<i>Total Inversión a Financiar</i>	\$ 330.879,98

Aplicada la formula obtuvimos un costo de capital del 21% mientras que la TIR del proyecto es de 32% lo que indica que el proyecto es financieramente rentable, los accionista de la empresa van obtener mayor rendimiento de lo esperado; en porcentajes alrededor de un 11% más de lo esperado.

4.1.19 Análisis de sensibilidad por escenarios

El análisis de sensibilidad consiste en determinar cómo el valor presente neto y el TIR del proyecto es afectado por el comportamiento de ciertas variables, en este caso la de los porcentajes de ventas esperado relevantes para su cálculo, para este análisis se crearon dos escenarios el optimista en

el que le porcentaje de ventas esperados incrementa a un 5% al esperado y el pesimista en el que el mismo porcentaje disminuye un 5%.

Tabla 90 Análisis de Sensibilidad

Análisis de sensibilidad Escenarios			
Escenario	% de ventas Esperadas	TIR	VAN
Optimista	66%	49%	\$ 154.025,19
Esperado	61%	32%	\$ 58.132,67
Pesimista	56%	14%	(\$ 38.539,89)

Elaborado por: autores del proyecto

El primer escenario optimista muestra que pasa si el porcentaje de ventas aumenta en un 66%, en este escenario el proyecto sería altamente rentable debido a que la TIR alcanza el 49% más del doble de que los accionistas esperan obtener y el VAN para este escenario continua siendo optimista, para el escenario pesimista las cosas no se ven tan bien pues si vendemos solo un 56% la TIR disminuye a 14% por debajo de lo que los inversionistas esperan obtener y también el VAN se hace negativo indicando que el proyecto no es rentable.

4.1.20 Ratios Financieros

4.1.20.1 ROA

Es el rendimiento financiero que se logra a consecuencia de los activos del centro de entrenamiento.

Tabla 91 Retorno sobre los activos (ROA)

ROA(Retorno sobre los Activos)	Periodo 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
UTILIDAD	(13.267,54)	4.127,36	29.736,66	135.653,10	167.611,54	160.117,52
ACTIVOS	330.879,98	325.875,06	307.744,40	410.232,22	588.613,75	746.205,78
ROA	-4,01%	1,27%	9,66%	33,07%	28,48%	21,46%

Elaborado por: autores del proyecto

Se obtiene rendimiento sobre los activo desde el primer año aunque son bajos, lo positivo de este ratio proyectado es que tiende a la alza hasta el año 3 llegando al 33.07% e indicando que tenemos un buen rendimiento sobre el valor de nuestros activos, en los años posteriores disminuye conservado su característica positiva.

4.1.20.2 ROE

Rentabilidad alcanzada por el centro de entrenamiento sobre sus fondos propios.

Tabla 92 Rentabilidad sobre recursos propios (ROE)

ROE (Rentabilidad sobre recursos propios)	Periodo 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
UTILIDAD	(13.267,54)	4.127,36	29.736,66	135.653,10	167.611,54	160.117,52
PATRIMONIO	195.000,00	199.127,36	228.864,02	364.517,12	532.128,67	692.246,18
ROE	-6,80%	2,07%	12,99%	37,21%	31,50%	23,13%

Elaborado por: autores del proyecto

Analizando los valores se puede ver claramente como empieza el primer año con solo un 2.07%, que quiere decir que solo tenemos un 2% de rentabilidad sobre lo que hemos invertido, para el año 2 aumenta y llega hasta el año 3 con una rentabilidad sobre el capital muy buena, a partir de ese año disminuye, pero no deja de ser valores positivos.

4.1.21 Punto de equilibrio

Este análisis de punto de equilibrio indicara la cantidad de ingresos que necesitará para cubrir sus gastos antes de que pueda el centro de entrenamiento lograr una ganancia. Además también se podrá saber cuánta parte, de cada dólar de ingreso por las ventas, se usa en los costos y gastos del negocio.

La fórmula para Obtener el Punto de equilibrio se la obtuvo del libro del autor Francisco López en su libro La Cuenta de Resultados, 2013 donde detalla lo siguiente.

$$\text{P.E. \$} = \frac{\text{Costos Fijos}}{1 - \frac{\text{Costos Variables}}{\text{Ventas Totales}}}$$

Grafico 75 Formula del Punto de Equilibrio

Fuente: Francisco López en su libro La Cuenta de Resultados, 2013

Punto de equilibrio Centro de Entrenamiento:

Tabla 93 Punto de Equilibrio del CEF

Datos	
CF	\$ 293,097.53
CV	28930.45772
VT	\$ 413,292.25
Pe\$	\$ 315,158.64
Pe %	76%

Elaborado por: autores del proyecto

Esta tabla indica que debemos vender como mínimo \$315.158.64 para poder cubrir con todos nuestros costos y gastos, este valor es importante saber pues estaremos preparados en caso de que las ventas fluctúen en el valor mencionado anteriormente; también se observa que el 76% de nuestros ingresos son costos y gastos que necesitamos para poder operar.

CONCLUSIONES

El centro de entrenamiento físico se encontrara ubicado en la Ciudad de Manta Provincia de Manabí; se procedió analizar la matriz de calificación para determinar el sector exacto para la instalación del establecimiento y la matriz dio como resultado que la ubicación más idónea será el sector de la Avenida Malecón ubicado en la parroquia Manta de la ciudad del mismo nombre.

Según la segmentación de usuarios se atenderá a un nicho de mercado de un nivel socioeconómico medio - medio alto o aquellas personas que simplemente tengan los recursos económicos para poder pagar por los servicios que se brindaran dentro del establecimiento. Los servicios que ofrecerá el proyecto estará dirigido a jóvenes, adultos y adultos mayores que se encuentre entren en el rango de edades de 15 a 54 años.

Los habitantes de la ciudad de Manta, están de acuerdo con la implementación del nuevo centro de entrenamiento físico, ya que los actuales gimnasio que existen en esta ciudad carecen de maquinarias y de infraestructura así lo demuestra los resultados obtenidos en las encuestas realizadas en el capítulo del Estudio de Mercado. En la actualidad en esa ciudad no existe un centro de entrenamiento igual al planteado en el proyecto que tenga diversidad de maquinarias, personal entrenado y capacitado para guiar a sus clientes en las diferentes rutinas de ejercicios y un local amplio y adecuado para el desarrollo de las diferentes actividades físicas.

Para tener idea si el proyecto sería factible implementarlo en Manta y conocer a su vez las necesidades actuales de los clientes se realizaron 376 encuestas a los habitantes, dichas encuestas dieron como resultado que los ciudadanos de Manta sí estarían dispuestas a pagar por un servicio diferente, con tal que se ofrezca calidad, que cuente con maquinarias e infraestructura adecuada y diversidad de servicios todo esto el proyecto

brindara a sus usuarios y a un precio asequible, será el primer local fitness multifuncional en Manta.

Para diferenciarse de la competencia el precio por utilizar todos los servicios que existen dentro del nuevo centro de entrenamiento físico será de \$40.00 mensuales, con este valor económico se busca ganar clientes leales entregando un servicio de buena calidad, con el pago de ese costo mensual el cliente podrá acceder a las distintas áreas del gimnasio y hacer uso de las mismas sin limitarse o pagando algo adicional como lo hacen la mayoría de la competencia que cobran valores adicionales dependiendo de la área que utilice el cliente, en el nuevo centro de entrenamiento físico no ocurrirá este tipo de cobros adicionales.

Según el análisis de la demanda el 77% de los habitantes de Manta no asiste a un centro de entrenamiento físico ya sea por descuido, por falta de tiempo o porque simplemente no existe un lugar adecuado que cuente con maquinarias e infraestructura para su debido uso.

Finalmente se realizó un análisis financiero para determinar la factibilidad del proyecto, donde se concluyó con los siguientes resultados:

La inversión inicial es de \$330.879,98 que requiere el gimnasio para iniciar sus actividades, este monto inicial será financiado en un 59% por los accionistas que aportarán con su capital propio, mientras que el porcentaje restante del 41% será financiado por un préstamo en la corporación financiera nacional (CFN).

Los resultados de la evaluación financiera, determinó que los flujos netos de fondos generados por la empresa en sus primeros 5 años de operación llevados a valor presente, arrojan como resultado un VAN positivo de \$58.132,67 demostrando así que el proyecto es económicamente viable.

La Tasa Interna de Retorno del proyecto es mayor a la tasa mínima exigida por los inversionistas (21%), obteniendo para este proyecto una TIR de 32%.

RECOMENDACIONES

A partir de los resultados obtenidos durante el desarrollo de la tesis, hemos extraído varias recomendaciones.

Captar el mayor porcentaje del mercado de la demanda insatisfecha que existe en la ciudad de Manta creando un centro de entrenamiento físico que satisfaga las necesidades de los habitantes de esa ciudad.

Escoger un proceso adecuado para la selección de personal, buscando a los candidatos más idóneos para cada área que tendrá el establecimiento, de modo que la participación en el gimnasio del personal contratado sea de ayuda y que aporte en todo lo que se necesite.

Capacitar al personal cada vez que se considere necesario en temas relacionados con las actividades que se desarrollaran en el centro de entrenamiento físico, preocupándose siempre por brindar un servicio óptimo a los clientes ya que el personal operativo y administrativo son parte fundamental para la empresa.

Buscar estrategias para que cada vez sean más los ciudadanos de Manta que se interesen por precautelar su salud y mejorar su apariencia física, ofreciéndoles un lugar en el que puedan relacionarse con diferentes personas y a la vez ejercitarse, permitiendo de esta forma que en un futuro se obtenga una VAN y TIR superior al calculado inicialmente en el estudio financiero debido a la afluencia de clientes que sobrepase lo esperado.

Brindar confianza a los usuarios atendiendo cada uno de sus requerimientos, cumpliendo con sus expectativas para que tengan lealtad con la empresa. El innovar será una de las prioridades, buscar siempre ofrecer nuevas alternativas al usuario tanto en ejercicios como también en equipamiento.

Lo más recomendable para el proyecto será enfocarse en el captar cada vez más clientes y mantenerse por ahora en un precio bajo diferenciándose de

los gimnasios ya existentes. En el nuevo centro de entrenamiento físico pagando poco el cliente podrá disfrutar de calidad de servicios, variedad de maquinarias, personal capacitado e infraestructura adecuada.

BIBLIOGRAFÍA

- 30 Minutos Fitness Femenino. (13 de Agosto de 2012). *GLIDING*. Obtenido de <http://www.30minutosjerez.com/2012/08/13/868/>
- ABC Salud. (5 de Junio de 2007). *Definición de Aerobicos*. Obtenido de <http://www.definicionabc.com/salud/aerobic.php>
- Acosta, A. (2006). *Breve historia económica del Ecuador*. Quito: Corporación Editora Nacional. .
- Alonso, I. D. (29 de Mayo de 2014). *Bosu: la semiesfera que te pone en forma*. Obtenido de <http://www.webconsultas.com/ejercicio-y-deporte/vida-activa/bosu-la-semiesfera-que-te-pone-en-forma-6626>
- ANDES. (20 de Mayo de 2013). *Programa Ejercitate Ecuador reduce el sedentarismo en 250.000 ecuatorianos*. Obtenido de <http://www.andes.info.ec/es/deportes/programa-ejercitate-ecuador-reduce-sedentarismo-250000-ecuatorianos.html>
- Ayala, P. (2014). *NORMAS INTERNACIONALES DE INFORMACIÓN FINANCIERA*. Mexico: Rubinsa.
- Banco Central del Ecuador. (2013). *Informe Anual*. Quito.
- Camara de Comercio de Guayaquil. (2014). *Registro de Marca*. Obtenido de <http://www.lacamara.org/website/images/varios/requisitos%20registro%20de%20marca.pdf>
- Cantu, G. G. (2011). *Contabilidad Financiera*. Peru: Mc Graw Hill.
- Cantu, G. G. (2011). *Contabilidad Financiera*. Peru: Mc Graw Hill.
- Cardenas Tabares, F. (2012). *La segmentacion del mercado turistico: comercializacion y venta (PRIMERA EDICION)*. Trillas.
- CFN. (2014). *Creditos Primer Piso*. Guayaquil: Publicaciones.
- Cordova, S. (19 de Junio de 2013). *Financiamiento directo de CFN como herramienta para el crecimiento empresarial*. Obtenido de <http://es.slideshare.net/glynch3/charla-informativa-el-financiamiento-directo-de-la-cfn-como-herramienta-para-el-crecimiento-empresarial>
- Corporacion Financiera Nacional (CFN). (2013). *Manuales y Documentos de Crédito*. Obtenido de

http://www.cfn.fin.ec/index.php?option=com_content&view=article&id=1393&Itemid=831

Delpiano, F. (2014). *Body Jump: ¡animate a rebotar!* Obtenido de EntreMujeres: http://entremujeres.clarin.com/vida-sana/fitness/body_jump-mini_trampoline-saltar-rebotar-ejercicio_aerobico-gimnasio-columnista-fede_delpiano-power_jump_0_659334133.html

Deportes Sin Quimica. (3 de Junio de 2011). *Fitball: Equilibrio, fuerza, coord. y actitud postural*. Obtenido de <http://deportesinquimica.blogspot.com/2011/06/fitball-descubrelo-equilibrio-fuerza.html>

Deportes Spain. (2014). *¿Qué es el Body Combat?* Obtenido de <http://www.deportespain.com/fitness/que-es-el-body-combat/>

Diario Expreso. (2014). Body Pump. *Semana*, pag. 21.

Diario Expreso. (01 de Junio de 2014). Pole Fitness no es sexy, pero gratifica. *Semana*, pag.22.

Diario Hoy. (20 de Julio de 2012). *Oferta del ejercicio se dinamiza y a pasa a ser un buen negocio*. Obtenido de <http://www.hoy.com.ec/noticias-ecuador/oferta-del-ejercicio-se-dinamiza-y-pasa-a-ser-un-buen-negocio-556290.html>

Dietas.net. (2013). *Fitball*. Obtenido de <http://www.dietas.net/ejercicio/fitness/fitball.html>

Economias.com. (2013). *Que es la oferta de mercado*. Obtenido de <http://www.economias.com/2011-09-09/7127/%C2%BFque-es-la-oferta-de-mercado/>

Ecuador Inmediato. (20 de Febrero de 2012). *Mas de 500 mil personas tienen un telefono inteligente en el Ecuador*. Obtenido de http://ecuadorinmediato.com/index.php?module=Noticias&func=news_user_view&id=167578&umt=mas_500_mil_personas_tienen_un_telefono_inteligente_en_ecuador

EcuadorUniversitario.com. (16 de Febrero de 2012). *5,5 millones de personas tienen acceso a internet en Ecuador*. Obtenido de <http://ecuadoruniversitario.com/ciencia-y-tecnologia/55-millones-de-personas-tienen-acceso-a-internet-en-ecuador/>

EcuRed. (4 de Marzo de 2014). *Definicion de Bailoterapia*. Obtenido de <http://www.ecured.cu/index.php/Bailoterapia>

Efwin. (2012). *Entrenamiento de Circuito*. Obtenido de http://iespadremoretirubide.educacion.navarra.es/departamentos/educacion_fisica/04conceptos%20entrenamiento/4.7circuito/0011.pdf

- El Comercio. (2013). *De que y por que muere el Ecuatoriano*. Obtenido de http://www.elcomercio.com.ec/noticias/muere-ecuatoriano-diabetes-Alzheimer-Difuntos-Salud-Hipertension_0_1022297887.html
- El Comercio. (15 de Julio de 2013). *Los malos habitos inflan la obesidad*. Obtenido de http://www.elcomercio.com.ec/sociedad/obesidad-salud-Ecuador-alimentos-habitos_alimenticios-sobrepeso_0_956304414.html
- El Comercio. (05 de 04 de 2014). Economía ecuatoriana se incrementará un 4,2 %, según FMI. *El Comercio*, pág. 2.
- El diario. (15 de Abril de 2012). Gimnasios crecen por buscar salud. *El diario*, pág. 5.
- El Telegrafo. (20 de Noviembre de 2013). *Asamblea aprobo pro forma del presupuesto para el 2014*. Obtenido de <http://www.telegrafo.com.ec/economia/item/asamblea-aprobo-pro-forma-del-presupuesto-para-2014.html>
- EL UNIVERSO. (23 de Diciembre de 2012). Parques de Guayaquil oxigenandose con movimiento. *La Revista*. Obtenido de <http://www.larevista.ec/actualidad/deportes/parques-de-guayaquil-oxigenandose-con-movimiento>
- El Universo. (2013). Requisitos minimos para establecimientos. *Benemerito Cuerpo de Bombreros Guayaquil*, Pag.2.
- Elige Vivir Sano. (23 de Marzo de 2012). *Que es Zumba Fitness*. Obtenido de <http://www.eligevivirsano.cl/2012/03/23/que-es-zumba-fitness/>
- Emprendedores.es. (04 de Agosto de 2009). *Montar un gimnasio, una sana y rentable inversion*. Obtenido de <http://www.emprendedores.es/crear-una-empresa/plan-de-negocio-gimnasio>
- Encuesta Nacional de Salud y Nutricion. (2011-2013). *Resultados Nacionales*. Quito.
- Espinoza Jarrin, M., & Espinoza Jarrin, M. (2004). *Proyecto de determinación y análisis de los impactos socioeconómicos debidos a los trabajos de dragado en el Puerto Internacional de Manta en la Provincia de Manabí*. Obtenido de <http://www.dspace.espol.edu.ec/bitstream/123456789/3707/1/6234.pdf>
- Flores, J. (2013). *FLUJO DE CAJA: ESTADOS FINANCIEROS PROYECTADOS Y ESTADO DE FLUJOS DE EFECTIVO CONCORDADO CON LAS NIIF*. Madrid: Prentice Hall.
- ForosPeru.net. (25 de Diciembre de 2012). *Los gimnasios en America Latina mueven mas de 5.600 millones de dolares*. Obtenido de <http://www.forosperu.net/showthread.php?t=405154>

- Galván Rubio, S. (21 de Enero de 2013). *¿Qué es el TRX?* Obtenido de <http://www.marie-claire.es/belleza/cuerpo/articulo/que-es-el-trx>
- GeoSalud. (10 de Septiembre de 2012). *Enfermedades Cardiovasculares*. Obtenido de <http://www.geosalud.com/Enfermedades%20Cardiovasculares/cardiovasculares.htm>
- Gitman, L. J. (2007). *Principios de Administracion Financiera (DECIMO PRIMERA EDICION)*. Pearson Addison Wesley.
- Gold's Gym. (2014). *Gold's Gym*. Obtenido de <http://www.goldsgym.com.ec/>
- GoogleMaps. (2014). *Mapa de la ciudad de Manta*. Obtenido de <http://www.codigospostal.org/mapas/ecuador/plano.php?Manta&id=55>
- Hernandez, Fernandez, & Batista. (2010). *Metodologia de Investigacion QUINTA EDICION*. Mexico: McGraw-Hill Interamericana.
- Homgren, C. T., & Foster, G. (2009). *"Contabilidad de Costos" un enfoque gerencial*. Mexico: Prentice hall.
- Homgren, C. T., & Foster, G. (2009). *"Contabilidad de Costos" un enfoque gerencial*. Mexico: Prentice hall.
- IDaccion, C. (20 de Junio de 2013). *El ciclo de vida de las empresas*. Obtenido de <http://idnews.idaccion.com/el-ciclo-de-vida-de-las-empresas/>
- IEPI. (2014). *Costos de Tasas y Descuentos por los servicios que brinda el IEPI*. Obtenido de http://www.propiedadintelectual.gob.ec/wp-content/uploads/2013/08/reformas_tasas_2013.pdf
- IndexMundi. (9 de Enero de 2012). *Ecuador Tasa de mortalidad*. Obtenido de http://www.indexmundi.com/es/ecuador/tasa_de_mortalidad.html
- INEC. (2010). *Censo de Poblacion y Vivienda*. Quito.
- INEC. (2010). *Fuente de Censo de Poblacion y Vivienda*. Obtenido de www.inec.gob.ec
- INEC. (2011). *Estadísticas*. Obtenido de http://www.inec.gob.ec/sitio_tics/presentacion.pdf
- INEC. (2012). *Afiche de Resultados del Censo 2010 de Poblacion y Vivienda en el Ecuador*. Obtenido de http://www.eclac.cl/celade/noticias/paginas/3/45123/ecuador_afiche.pdf
- INEC. (2012). *La nueva cara sociodemográfica del Ecuador*. Obtenido de Revista Analitika. Instituto Nacional de Estadística y Censos:

http://www.inec.gob.ec/publicaciones_libros/Nuevacarademograficadeecuador.pdf

INNATIA. (2011). *Que son los Lipidos*. Obtenido de <http://www.innatia.com/s/c-lipidos-y-acidos-grasos/a-que-son-los-lipidos.html>

Kinnear, & Taylor. (2010). *Investigacion de Mercados (QUINTA EDICION)*. MCGRAW HILL.

Kotler, Armstrong, Camara, & Cruz. (2004). Marketing. En *Marketing* (pág. 7). Prentice Hall.

Kotler, P. (2010). *Direccion de Marketing (DUODECIMA EDICION)*. Pearson Prentice Hill.

Kotler, P., & Armstrong, G. (2008). *Fundamentos de Marketing (OCTAVA EDICION)*. Mexico: Pearson Educacion.

LaHora. (2011). *Cifras sobre Obesidad en el Ecuador*. Obtenido de <http://www.lahora.com.ec/index.php/movil/noticia/1101051854>

Lara, J. (10 de Septiembre de 2007). *Gliding*. Obtenido de Vitonica.com: <http://www.vitonica.com/equipamiento/gliding>

Latin America, B. (2013). *Ultima Investigacion en USA comprueba el poder del Fitness Grupal*. Obtenido de <http://misitio.enzona.com/BODYSYSTEMSARG/Content10528.aspx>

Lopez Vasquez, B. (2007). *PUBLICIDAD EMOCIONAL : ESTRATEGIAS CREATIVAS*. ESIC EDITORIAL.

López, F. (2013). *La Cuenta de Resultados*. Barcelona: Libros de Cabecera.

Mad Dogg Athletics. (2014). *Qué es Spinning y para que sirve*. Obtenido de <http://efitnes.com/spinning-que-es-spinning-y-para-que-sirve/>

Madrid Salud. (2013). *Sedentarismo y salud*. Obtenido de http://www.madridsalud.es/temas/sedentarismo_salud.php

Marquez, R. R. (2012). *Contabilidad Basica*. Madrid: SUNAT.

Medicina Preventiva Santa Fe. (30 de Noviembre de 2013). *Diabetes Mellitus:Definicion, diagnostico y clasificacion*. Obtenido de http://www.medicinapreventiva.com.ve/articulos/diabetes_mellitus.htm

MedlinePlus. (26 de Febrero de 2014). *Hipertension*. Obtenido de <http://www.nlm.nih.gov/medlineplus/spanish/ency/article/000468.htm>

Mejia Garcia, B. (2006). *Gerencia de Procesos (QUINTA EDICION)*. Bogota: Ecoe Ediciones.

- MercadoFitness.com. (7 de Agosto de 2013). *El valor de los vestuarios en los gimnasios*. Obtenido de <http://www.mercadofitness.com/blog/expertos/el-valor-de-los-vestuarios/>
- Ministerio de la Salud Presidencia de la Nacion. (2009). *¿Qué son las enfermedades no transmisibles?* Obtenido de <http://www.msal.gov.ar/ent/index.php/informacion-para-ciudadanos/ique-son-icuales-son>
- Ministerio De Salud Publica Del Ecuador. (2014). *Permiso de funcionamiento de locales*. Obtenido de <http://www.salud.gob.ec/permiso-de-funcionamiento-de-locales/>
- Ministerio Del Deporte. (02 de Abril de 2013). *Cuatro provincias se alistan para activarse con "Ecuador Ejercítate"*. Obtenido de <http://www.deporte.gob.ec/tag/ecuador-ejercitate/>
- Ministerio del Deporte. (19 de Mayo de 2013). *Ecuador Ejercítate*. Obtenido de <http://www.deporte.gob.ec/manta-y-jaramijo-disfrutan-de-la-bailoterapia/>
- OMS. (2013). *Obesidad problema de salud en america latina*. Ginebra: Create Infographics.
- OMS. (2014). *Actividad Fisica definicion*. Obtenido de <http://www.who.int/dietphysicalactivity/pa/es/>
- OMS. (2014). *Estrategia mundial sobre régimen alimentario, actividad física y salud*. Obtenido de <http://www.who.int/dietphysicalactivity/pa/es/>
- OMS. (2014). *Obesidad*. Obtenido de <http://www.who.int/topics/obesity/es/>
- Onmeda. (2014). *Angina de pecho, cardiopatía isquémica definicion*. Obtenido de http://www.onmeda.es/enfermedades/angina_de_pecho-definicion-1690-2.html
- Organizacion Mundial de la Salud. (4 de Marzo de 2014). *Diabetes*. Obtenido de <http://www.who.int/mediacentre/factsheets/fs312/es/>
- Paginas Web Ecuador. (2014). *Servicios*. Obtenido de <http://www.paginaswebecuador.ec/precios.html>
- Panea, A. (23 de Junio de 2012). *QUEENAX, la jaula de entrenamiento funcional*. Obtenido de <http://blogs.runners.es/fitness/queenax-la-jaula-de-entrenamiento-funcional/>
- PlanetaDiabetes. (7 de Septiembre de 2011). *Glicemia definicion*. Obtenido de <http://www.planetadiabetes.com/tag/glicemia-definicion/>

- PoleFitness.com. (2014). *Pole Fitness*. Obtenido de <http://www.polefitness.com/Pole-Fitness.html>
- Porter, M. E. (2010). *Ventaja Competitiva (DECIMA PRIMERA EDICION)*. Mexico: Ediciones Piramide.
- PPELVerdadero. (27 de Mayo de 2013). *Ecuador Enfrenta al sedentarismo*. Obtenido de <http://www.ppelverdadero.com.ec/pp-saludable/item/ecuador-enfrenta-al-sedentarismo.html>
- RazaCrossfit.com. (2013). *¿Que es Crossfit?* Obtenido de http://www.razacrossfit.com/index.php?option=com_content&view=article&id=70&Itemid=121
- Retamar, G. (14 de Agosto de 2013). *Mercado Fitness*. Obtenido de La nueva era del fitness grupal: <http://www.mercadofitness.com/blog/expertos/la-nueva-era-del-fitness-grupal/#more-21654>
- Revista MiGimnasio.com. (03 de Mayo de 2013). *Beneficios del Entrenamiento de fuerza*. Obtenido de MiGimnasio.com: <http://revista.migimnasio.com/beneficios-del-entrenamiento-de-fuerza/>
- Revista MiGimnasio.com. (10 de Mayo de 2013). *Beneficios del Entrenamiento Funcional*. Obtenido de MiGimnasio.com: <http://revista.migimnasio.com/beneficios-del-entrenamiento-funcional/>
- Revista MiGimnasio.com. (12 de Abril de 2013). *Musculación Vs. Ejercicios aeróbicos para la pérdida de peso*. Obtenido de MiGimnasio.com: <http://revista.migimnasio.com/musculacin-vs-ejercicios-aerbicos-para-la-prdida-de-peso/>
- Rinavera, V. (5 de Febrero de 2012). *Coordinacion Neuromuscular*. Obtenido de <http://ehlersdanlos-info-mas-mi-experiencia.blogspot.com/2012/02/coordinacion-neuromuscular.html>
- Robbins, S. P. (2009). *Comportamiento Organizacional*. Pearson Prentice Hill.
- Roche. (2010). *Que es Osteoporosis*. Obtenido de http://www.roche.com.mx/portal/es_latam/informacion_osteoporosis_definicion
- Rodríguez, M. A., & Regatillo, Y. A. (2012). *METODOLOGÍA PARA REALIZAR ANÁLISIS ECONÓMICO FINANCIERO EN UNA ENTIDAD ECONÓMICA*. Madrid: Madrid.
- Rodriguez, S. (2009). *Creatividad en Marketing Directo*. DEUSTO S.A.
- Salud180. (2014). *Triglicéridos*. Obtenido de <http://www.salud180.com/salud-z/trigliceridos>

- Saludalia. (1 de Agosto de 2000). *Beneficios de la actividad física sobre la salud*.
Obtenido de <http://www.saludalia.com/vivir-sano/beneficios-de-la-actividad-fisica-sobre-la-salud>
- Samaniego, M. (2014). 1,2 Millones de Smartphones. *Gestión Economía y Sociedad*, pg.116,117.
- Sierra, G. (2012). *Análisis Financiero*. Barcelona: Piramide.
- SoyEntrepreneur. (25 de Abril de 2011). *¿Sabes cuál es el significado de los colores? Descubre qué tonalidades usar para atraer más clientes a tu negocio*. Obtenido de <http://www.soyentrepreneur.com/usa-los-colores-para-marketing.html>
- Stoll, A. (7 de Octubre de 2013). *Mercado Fitness*. Obtenido de El valor de los vestuarios en los gimnasios: :
<http://www.mercadofitness.com/blog/expertos/el-valor-de-los-vestuarios/#more-20909>
- SunTzu. (2013). *El ARTE DE LA GUERRA*. Obtenido de
http://www.adizesca.com/Adizesca_2013/2013/e-BOOKS/El-Arte-de-la-Guerra.pdf
- SusMedicos.com. (5 de Junio de 2012). *ARTROSIS*. Obtenido de
http://www.susmedicos.com/ortopedia_def_artrosis.htm
- Tamayo y Tamayo, M. (2004). *Proceso de Investigación Científica (CUARTA EDICIÓN)*. Mexico: Noriega Editores.
- Taurus Fitness Company. (2014). *Taurus Fitness Company*. Obtenido de
<http://www.taurusecuador.com/Venta-de-equipos-para-Gimnasios>
- Totaro, P. (Enero de 2006). *Arquitectura: Como adaptar el gimnasio al cliente*. Obtenido de Mercado Fitness:
<http://www.mercadofitness.com/blog/expertos/arquitectura-como-adaptar-el-gimnasio-al-cliente/#more-22870>
- Totaro, P. (Mayo/Junio de 2006). *La recepción del gimnasio como carta de presentación*. Obtenido de Mercado Fitness:
<http://www.mercadofitness.com/blog/expertos/la-recepcion-del-gimnasio-como-carta-de-presentacion/#more-23558>
- Totaro, P. (Marzo de 2011). *La arquitectura como aliada en la venta*. Obtenido de Mercado Fitness: <http://www.mercadofitness.com/blog/expertos/la-arquitectura-como-aliada-en-la-venta/#more-31759>
- Tramites Ciudadanos. (17 de Septiembre de 2013). *Permiso de Funcionamiento (No Turístico)*. Obtenido de
<http://www.tramitesciudadanos.gob.ec/tramite.php?cd=3808#requisitos>

- Tramites Ciudadanos. (2014). *Impuesto patente municipal*. Obtenido de <http://www.tramitesciudadanos.gob.ec/tramite.php?cd=3806>
- Tramites Ecuador. (2013). *Requisitos para sacar el Ruc en Ecuador*. Obtenido de <http://tramites.ecuadorlegalonline.com/comercial/servicio-de-rentas-internas/como-sacar-el-ruc-en-ecuador/>
- UnoBahiaClub. (2013). *Fitness Grupal*. Obtenido de http://www.unobahiaclub.com.ar/act_fitness_localizada.php
- Urbina, G. B. (2010). *Evaluacion de Proyectos*. Mexico: MCGRAW HILL.
- Valerius, & Klaus Peter. (2010). *El libro de los músculos : Anatomía /Exploración /Función*. Barcelona: Ars Medica.
- VAQUIRO, J. D. (23 de Febrero de 2010). *pymesfuturo*. Obtenido de pymesfuturo: <http://www.pymesfuturo.com/pri.htm>
- Viñaspre, P. (7 de Agosto de 2013). *Estrategias de marketing para gimnasios*. Obtenido de Mercado Fitness: <http://www.mercadofitness.com/blog/expertos/estrategias-de-marketing-que-funcionan/#more-20372>
- Virgin Active Health Clubs. (2014). *Gimnasio Alcalá de Henares*. Obtenido de <https://www.virginactive.es/gimnasios/gimnasio-alcala-de-henares/instalaciones>
- Virgina Active Health Clubs. (12 de Agosto de 2013). *Core Pole*. Obtenido de <https://www.virginactive.es/blog/corepole-una-alternativa-real/>
- Vitonica.com. (7 de Enero de 2009). *kinesis, una modalidad deportiva para todos los públicos*. Obtenido de <http://www.vitonica.com/wellness/kinesis-una-modalidad-deportiva-para-todos-los-publicos>
- WebConsultas. (4 de Abril de 2013). *Bosu: la semiesfera que te pone en forma*. Obtenido de <http://www.webconsultas.com/ejercicio-y-deporte/vida-activa/como-es-una-sesion-de-bosu-6629>
- Wikipedia. (25 de Febrero de 2014). *Colesterol*. Obtenido de <http://es.wikipedia.org/wiki/Colesterol>
- Wikipedia. (13 de Junio de 2014). *Manta (Ecuador)*. Obtenido de [http://es.wikipedia.org/wiki/Manta_\(Ecuador\)](http://es.wikipedia.org/wiki/Manta_(Ecuador))

ANEXOS

Anexo 1

2.6.3 Formato de encuesta

ENCUESTA APLICADA A PÚBLICO EN GENERAL DE LA CIUDAD DE MANTA, QUE TENGA CONOCIMIENTOS DE CENTROS DE ENTRENAMIENTO FÍSICO.

1. ¿Ha asistido alguna vez a un Centro de Entrenamiento Físico?

SI

Si su respuesta fue SI, especifique el Sector:

Los Esteros Manta San Mateo Eloy Alfaro
Tarqui

2. ¿Actualmente, asiste a algún Centro de Entrenamiento Físico?

SI NO

Si su respuesta fue NO, elija una de las siguientes razones:

Por Falta de Instalaciones Por Falta de Tiempo
Por Falta de dinero Otros

Si su respuesta fue SI, ¿en qué horarios asiste regularmente? Especifique la hora.

De Mañana De Tarde De Noche
.....

3. De la siguiente lista, ¿qué servicios le gustaría encontrar a disposición en un centro de entrenamiento físico en Manta?

Gliding	<input type="checkbox"/>	Pesas	<input type="checkbox"/>	Nutricionista	<input type="checkbox"/>
Bosu	<input type="checkbox"/>	Maquinas de Cardio	<input type="checkbox"/>	Pilates	<input type="checkbox"/>
Kinesis	<input type="checkbox"/>	Spinning	<input type="checkbox"/>	Yoga	<input type="checkbox"/>
Fitball	<input type="checkbox"/>	Crossfit	<input type="checkbox"/>	Tai-chi	<input type="checkbox"/>
Rumba step	<input type="checkbox"/>	KickBoxing	<input type="checkbox"/>	Queenax	<input type="checkbox"/>
TRX	<input type="checkbox"/>	Tae bo	<input type="checkbox"/>	SurfSet	<input type="checkbox"/>
Aerobicos	<input type="checkbox"/>	Bailoterapia	<input type="checkbox"/>	Zumba	<input type="checkbox"/>
Body Combat	<input type="checkbox"/>	Body Balance	<input type="checkbox"/>	Pole Fitness	<input type="checkbox"/>
Core Pole	<input type="checkbox"/>	Battle Rope	<input type="checkbox"/>	Dpto.Medico	<input type="checkbox"/>

4. ¿Cree usted que los centros de entrenamiento físico que existen actualmente en la ciudad de Manta poseen las instalaciones y el equipamiento idóneo para la práctica de esta actividad?

SI NO

5. ¿Si existiere actualmente un centro de entrenamiento físico en la ciudad de Manta que ofrezca todos los servicios detallados en la pregunta 3, asistiría? Si su respuesta fue SI, ¿Le gustaría que el cobro mensual de dicho establecimiento sea por un paquete de servicios “Todo incluido” o que se cobre por servicios individuales?

Cobro por paquete “Todo Incluido”

Cobro por servicios individuales

6. Si su respuesta anterior fue SI a Cobro por paquete de servicios “Todo incluido”, ¿cuánto estaría dispuesto a pagar por una cuota mensual en un centro de entrenamiento físico que ofrezca todos los servicios anteriormente mencionados?

De \$20 a \$40	<input type="checkbox"/>
De \$41 a \$60	<input type="checkbox"/>
De \$61 a \$80	<input type="checkbox"/>
De \$81 a \$100	<input type="checkbox"/>

7. Si la respuesta a la pregunta 5 fue "SI", ¿De cuánto tiempo dispone al día para asistir a un centro de entrenamiento físico?

De 30 minutos a 1 hora
De 1 hora a 2 horas
De 2 horas o más

8. ¿Con que frecuencia asistiría a un Centro de Entrenamiento Físico?

De Lunes a Viernes
Dos veces por semana
3 veces por semana
Solo Fines de Semana

Información del Encuestado:

Edad (años):
mensualmente?

15 a 24 25 a 34
35 a 44 45 a 54

Sexo:

Masculino Femenino

¿Cuál es el nivel de ingreso que Ud. Percibe

340a 400 401 a 500
501 a 600 601 a 700
701 a 800 801 a 900
901 a 1000 1001 en adelante

GRACIAS POR SU COLABORACION!!!!

Anexo 2

2.9 Formato de entrevistas

ENTREVISTA DESTINADA A PROPIETARIOS DE CENTROS DE ENTRENAMIENTO FISICO.

NOMBRE DEL ESTABLECIMIENTO:

CIUDAD:

FECHA DE LA ENTREVISTA:

Cuestionario:

1. ¿Cuáles son los permisos que se necesita para la apertura este tipo de negocios?

2. ¿La inversión que realizo, en que tiempo estimado la recupero o cree que la recuperara?
 - Un año ()
 - Dos años ()
 - Tres años o más ()

3. ¿El gimnasio trabaja a tiempo completo o parcial?, ¿cuáles son los horarios?

4. Mencione los servicios que tienen más demanda por parte de los clientes del centro de entrenamiento.

5. ¿Con cuánto personal administrativo y operativo cuenta su establecimiento?
 - Administrativos:
 - Operativos (instructores):
 - Otros:
6. ¿De qué manera le dan publicidad a su centro de entrenamiento?
7. ¿Cuáles son los rangos de edades de los clientes que asisten a su establecimiento?
8. ¿Cuáles son los horarios de mayor afluencia que prefieren los clientes para asistir al centro de entrenamiento? Detallar horarios.
 - En la mañana:
 - En la tarde:
 - En la noche:
9. ¿Al personal operativo se le paga un sueldo o cobran por clases impartidas?

10. ¿Qué tipo de promociones realiza el centro de entrenamiento mensual o anualmente?

11. ¿De cuánto es la capacidad instalada del centro de entrenamiento?, ¿A cuántos clientes atiende semanalmente?

12. ¿Cada cuánto tiempo le da mantenimiento a las máquinas y cuánto dinero invierte?

13. ¿Utiliza algún software contable para llevar el registro de los clientes y la contabilidad del centro de entrenamiento?

14. ¿Cuál es la dimensión del área donde se levanta la infraestructura del centro de entrenamiento? Detallar los metros cuadrados.

15. ¿El centro de entrenamiento físico cuenta con un departamento médico? Si la respuesta es SI ¿qué profesionales están a cargo de dicho departamento?

16. ¿Con que tipo de capital ejecuto la instalación del negocio? Si fue financiado, ¿qué entidad le facilito el préstamo?

- Capital Propio -----

- Financiamiento -----

- Ambos -----

17. ¿Cuenta con algún o algunos proveedores para la adquisición de las maquinas e insumos? Detallar nombres por favor.

- Maquinas:

- Insumos:

18. ¿Qué estrategia de fijación de precios aplica en el centro de entrenamiento?

- Por costos -----
- Por margen de utilidad -----
- Por referencia del mercado -----

19. ¿Cuánto es su gasto mensual por servicios básicos?

20. ¿Su personal recibe alguna capacitación? Detallar cuantas veces al año se las realiza si este fuese el caso.

21. El cobro que se recibe por los servicios que ofrece el centro de entrenamiento son:

- Diario -----
- Mensual -----

- Trimestral -----
- Semestral -----
- Anual -----

22. ¿El cobro es por un paquete de servicios “Todo incluido” o se cobra por servicios individuales?, ¿se cobra la inscripción, si la respuesta es SI, cual es valor?

- Cobro por paquete “Todo Incluido”
- Cobro por servicios individuales
- Valor de Inscripción -----

23. ¿Los clientes de su establecimiento en su gran mayoría son del sexo masculino o femenino?

24. ¿Desde qué año está funcionando su centro de entrenamiento físico?

25. ¿Cuántas personas están inscritas actualmente en su centro de entrenamiento físico?

26. ¿En qué épocas del año existe más afluencia de clientes a su centro de entrenamiento físico?

27. Si es posible, detalle la cantidad total de clientes que atendió su centro de entrenamiento físico en los siguientes años:

2011 -----

2012 -----

2013 -----

28. ¿El centro de entrenamiento se encuentra funcionando dentro de un local propio o arrendado?

Anexo 3

2.4.1 Identificación de la población de la ciudad de Manta

PARROQUIAS URBANAS			
PARROQUIA	1 Hombre	2 Mujer	Total
SAN MATEO	1717	1650	3367
MANTA	25141	26124	51265
TARQUI	35935	37133	73068
LOS ESTEROS	26438	27332	53770
ELOY ALFARO	19446	20206	39652
TOTAL	108677	112445	221122

PARROQUIAS RURALES			
PARROQUIA	1 Hombre	2 Mujer	Total
SAN LORENZO	1374	1273	2647
SANTA MARIANITA	1352	1356	2708
TOTAL	2726	2629	5355

PARROQUIA	1 Hombre	2 Mujer	Total
TOTAL POBLACION	111403	115074	226477

Fuente: INEC, Censo de Población y Vivienda 2010 (INEC, 2010)

Anexo 4

2.14 Proyección de la demanda – crecimiento poblacional de la ciudad de Manta

PROYECCIÓN DE LA POBLACIÓN ECUATORIANA, POR AÑOS CALENDARIO, SEGÚN CANTONES
2010-2020

Código	Nombre de canton	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
1301	PORTOVIEJO	290.199	293.850	297.417	300.878	304.227	307.463	310.582	313.576	316.444	319.185	321.800
1302	BOLIVAR	42.266	42.671	43.060	43.432	43.785	44.119	44.434	44.729	45.004	45.258	45.493
1303	CHONE	131.674	131.893	132.051	132.148	132.178	132.144	132.041	131.877	131.649	131.358	131.002
1304	EL CARMEN	91.918	93.900	95.884	97.861	99.828	101.784	103.731	105.660	107.572	109.466	111.344
1305	FLAVIO ALFARO	26.122	25.939	25.745	25.540	25.325	25.099	24.862	24.615	24.360	24.095	23.822
1306	JIPIJAPA	73.951	74.182	74.378	74.540	74.665	74.754	74.804	74.819	74.797	74.739	74.645
1307	JUNIN	19.754	19.701	19.639	19.569	19.488	19.399	19.300	19.193	19.077	18.953	18.820
1308	MANTA	234.547	237.878	241.151	244.348	247.463	250.495	253.441	256.293	259.052	261.713	264.281
1309	MONTECRISTI	71.947	75.075	78.312	81.641	85.068	88.597	92.234	95.965	99.798	103.735	107.785
1310	PAJAN	38.650	38.575	38.482	38.372	38.243	38.096	37.929	37.746	37.546	37.328	37.093
1311	PICHINCHA	31.560	31.427	31.279	31.118	30.942	30.752	30.546	30.329	30.098	29.855	29.599
1312	ROCAFUERTE	34.730	35.056	35.369	35.668	35.951	36.219	36.470	36.705	36.924	37.127	37.312
1313	SANTA ANA	49.367	49.352	49.313	49.251	49.165	49.055	48.920	48.763	48.582	48.379	48.152
1314	SUCRÉ	59.364	59.795	60.201	60.582	60.934	61.258	61.553	61.819	62.056	62.264	62.443
1315	TOSAGUA	39.804	40.133	40.447	40.744	41.023	41.283	41.524	41.746	41.949	42.133	42.297
1316	24 DE MAYO	30.088	29.992	29.882	29.759	29.622	29.471	29.305	29.126	28.935	28.731	28.514
1317	PEDERNALES	57.127	57.854	58.565	59.255	59.924	60.570	61.193	61.792	62.367	62.917	63.441
1318	OLMEDO	10.247	10.264	10.276	10.284	10.286	10.283	10.275	10.262	10.244	10.222	10.194
1319	PUERTO LOPEZ	21.149	21.525	21.899	22.267	22.631	22.989	23.342	23.689	24.028	24.361	24.688
1320	JAMA	24.121	24.367	24.603	24.830	25.047	25.252	25.448	25.632	25.804	25.966	26.116
1321	JARAMIJO	18.918	19.747	20.606	21.489	22.399	23.336	24.302	25.294	26.313	27.361	28.439
1322	SAN VICENTE	22.845	23.083	23.314	23.535	23.746	23.948	24.139	24.320	24.491	24.650	24.799

Fuente: Instituto Nacional de Estadísticas y Censos 2010 (INEC, 2010)

Anexo 5

4.1.10 Financiamiento - Actividades financiables CFN

CATEGORIA	DIVISION	GRUPO	CLASE	DESCRIPCIÓN	OBSERVACION	
					Hasta 2012	
O	DIVISION 92	9.2.1	9.2.1.1	Producción Y Distribución De Filmes Y Videocintas.	NO FINANCIABLE	
			9.2.1.2	Exhibición De Filmes Y Videocintas.	NO FINANCIABLE	
			9.2.1.3	Actividades De Radio Y Televisión.	FINANCIABLE	
			9.2.1.4	Actividades Teatrales, Musicales Y Otras Actividades Artísticas.	NO FINANCIABLE	
			9.2.1.9	Otras Actividades De Entretenimiento N.C.P.	NO FINANCIABLE	Se financia solo actividades de parques de diversión y centros similares (previo informe favorable del Ministerio de Turismo)
		9.2.2	9.2.2.0	Actividades De Agencias De Noticias.	NO FINANCIABLE	
		9.2.3	9.2.3.1	Actividades De Bibliotecas Y Archivos.	NO FINANCIABLE	
			9.2.3.2	Actividades De Museos Y Preservación De Lugares Y Edificios Históricos.	NO FINANCIABLE	
			9.2.3.3	Actividades De Jardines Botánicos Y Zoológicos Y De Parques Nacionales.	NO FINANCIABLE	
		9.2.4	9.2.4.1	Actividades Deportivas.	FINANCIABLE	Se financiará a personas jurídicas que evidencien capacidad de pago para cubrir la obligación crediticia. Únicamente para activos fijos para centros de alto rendimiento e infraestructura complementaria. Se considerarán los parámetros del Ministerio del Deporte para la calificación de los centros de alto rendimiento. Para proyectos nuevos, se financiará hasta el 60% del proyecto.
			9.2.4.9	Otras Actividades De Esparcimiento.	NO FINANCIABLE	
	DIVISION 93	9.3.0	9.3.0.1	Lavado, Limpieza Y Teñido De Prendas De Tela O De Piel.	NO FINANCIABLE	
			9.3.0.2	Peluquería Y Otros Tratamientos De Belleza.	NO FINANCIABLE	
			9.3.0.3	Pompas Fúnebres Y Actividades Conexas.	FINANCIABLE	
9.3.0.9			Otras Actividades De Tipo Servicio N.C.P.	NO FINANCIABLE		
P	DIVISION 95	9.5.0	9.5.0.0	Hogares Privados Con Servicio Doméstico.	NO FINANCIABLE	
Q	DIVISION 99	9.9.0	9.9.0.0	Organizaciones Y Organos Extraterritoriales.	NO FINANCIABLE	

Fuente: (Corporación Financiera Nacional (CFN), 2013)

Anexo 6

4.1.10 Requerimiento de Financiamiento

2.1 REQUISITOS PERSONAS JURIDICAS			
No.	DESCRIPCION	REQUERIDO	RECIBIDO
1.	Solicitud de financiamiento		
2.	Copia del RUC o RISE		
3.	Copias legibles a color de cedula ciudadania o pasaporte a color de representante legal, de los accionistas que posean mas del 20% de acciones, y carta de autorizacion para revision por parte de CFN. Carnet del Conadis , de ser el caso.		
4.	Certificado de Superintendencia de Companias sobre la conformacion de accionistas. En caso de accionistas extranjeros: Certificado de autoridad competente de: existencia, detalle de accionista y porcentajes de participacion; Certificado de Buro de credito de pais de origen; declaracion juramentada de licitud y procedencia de fondos. (Documentos en español y protocolizados)		
5.	Copia de nombramientos vigentes del o los representantes legales inscrito en el Registro Mercantil. Poderes especiales, de ser el caso.		
6.	Referencias del deudor principal, (3 comerciales, bancarias) originales y actualizadas, con numeros de contacto para verificacion.		
7.	Informacion financiera* (No aplica para proyectos nuevos): a. Declaracion Impuesto a la Renta de los 3 ultimos años; o pagos del RISE. b. Estados financieros (balances y P&G) de los tres ultimos ejercicios fiscales de la actividad y balance con corte a la fecha, los mismos que sirvieron de base para la presentacion de las declaraciones de impuestos c. Declaraciones IVA tres ultimos meses (semestral) 12 ultimas declaraciones (mensual). d. Estados de cuenta de las tarjetas de credito del deudor de al menos los ultimos 3 meses. e. Flujo de caja de un año calendario y proyectado. (Anexo 11 de este manual)		
8.	Hoja de vida detallando la experiencia en la actividad, del deudor, garante, codeudor y administradores del negocio para evidenciar la experiencia sobre el manejo del negocio y operador forestal para proyectos forestales.		
9.	Fotocopia del ultimo pago agua, luz o telefono del domicilio del deudor u otro documento que certifique la direccion del solicitante		
10.	Fotocopia de documentos que acrediten que el solicitante posee bienes (Ej. matricula de vehiculo, matricula de la nave, carta de pago del impuesto predial), de ser el caso.		
11.	Detalle y propuesta de garantias (carta explicativa de garantias) y copias simples de escritura o titulo de propiedad del bien a hipotecar o preñar, de ser el caso.		

Fuente: (Corporacion Financiera Nacional (CFN), 2013)

Anexo 7

Document TRABAJO DE TITULACION 2014 - CENTRO DE ENTRENAMIENTO FISICO EN MANTA.doc (D11377979)

Submitted 2014-06-25 21:32 (+02:00)

Submitted by marjorie_862007@hotmail.com

Receiver pedro.munillo.ucsg@analysis.urkund.com

Message FIN: CONSULTA [Show full message](#)

1% of this approx. 96 pages long document consists of text present in 11 sources.

Rank	Path/File name
1	ARCHIVO TESIS PARA DETECTOR- CARLOS SALZAR & KERLLY BONILLA.doc
2	TESIS DE GRADO MBA FINAL.pdf
3	http://efitnes.com/spinning-que-es-spinning-y-para-que-sirve/
4	http://ecuadorinmediato.com/index.php?module=Noticias&func=news_user_view&id=16757...
5	http://www.hoy.com.ec/noticias-ecuador/oferta-del-ejercicio-se-dinamiza-y-pasa-a-ser-un-b...
6	http://es.slideshare.net/glynch3/charla-informativa-el-financiamiento-directo-de-la-cfn-com...

100% Active **Urkund's archive:** Universidad Católica de Santiago de Guayaquil / ARCHIVO TESIS PARA DETECTO... 100%

Estudio de Factibilidad para la implementación de un centro de entrenamiento físico en la ciudad de Manta Provincia de Manabí

previa a la obtención del Título de Ingenieros Comerciales, ha sido desarrollado respetando derechos intelectuales de terceros conforme las citas que constan al pie de las páginas correspondientes, cuyas fuentes se incorporan en la bibliografía. Consecuentemente este trabajo es de nuestra total autoría. En virtud de esta declaración, nos responsabilizamos del contenido, veracidad y alcance científico del Trabajo de Titulación referido. Guayaquil,

septiembre del 2014 AUTORES: _____ Carlos Andrés, Salazar Arteaga Kerlly Stephania, Bonilla Rodas UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS CARRERA DE ADMINISTRACION DE EMPRESAS AUTORIZACIÓN Nosotros, Salazar Arteaga, Carlos Andrés Bonilla Rodas, Kerlly Stephania Autorizamos

a la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil, la publicación en la biblioteca de la institución del Trabajo de Titulación:

Estudio de Factibilidad para la implementación de un centro de entrenamiento físico en la ciudad de Manta Provincia de Manabí

cuyo contenido, ideas y criterios son de nuestra exclusiva responsabilidad y total autoría. Guayaquil,

septiembre del 2014 AUTORES: _____ Carlos Andrés,

www.hoy.com.ec/noticias-ecuador/oferta-del-ejercicio-se-dinamiza-y-pasa-a-ser-un-buen-negocio-556290.html

ES 8:53 26/08/2014

Anexo 8

Outlook.com (1) - marjorie x URKUND - Logga in x list x U D11377980 - TRABAJO DE x

← → ↻ <https://secure.orkund.com/view/11263064-451554-363536#q1bKLvayjiaIrQUA> ☆ ☰

URKUND

Document [TRABAJO DE TITULACION 2014 - CENTRO DE ENTRENAMIENTO FISICO.xls \(D11377980\)](#)

Submitted 2014-06-25 21:32 (+02:00)

Submitted by marjorie_862007@hotmail.com

Receiver pedro.munillo.ucsg@analysis.orkund.com

Message FW: CONSULTA [Show full message](#)

1% of this approx. 11 pages long document consists of text present in 1 sources.

List of sources

Rank	Path/File name
+	ARCHIVO TESIS PARA DETECTOR- CARLOS SALZAR & KERLLY BONILLA.doc
+	tesis_yogurt_final3.docx
+	http://www.inviertaenquito.com/Documentos/Guia_Legal_Inversionista.pdf
Alternative sources	
+	TESIS.docx

⚠ Warnings ⏪ Reset ⏴ Export ⏴ Share ⓘ

100% Active **Urkund's archive: Universidad Católica de Santiago de Guayaquil / tesis_yogurt_final3.docx 100%**

Valor Gastos de Constitución de la Empresa \$ 1,636.00 Permisos y Patentes \$ 1,756.50 Sistemas y Licencias \$ 1,000.00

Acondicionamientos \$ 60,116.42 Activo Diferido \$ 64,508.92

Activo Fijo

ACTIVOS FIJOS DETALLE DE INVERSIONES TOTAL MUEBLES Y ENSERES AREA ADM. \$6,874.00 MUEBLES Y ENSERES AREA OPERACIONAL \$37,331.88 EQUIPOS DE OFICINA \$23,962.22 EQUIPOS DE COMPUTACION \$2,588.65 MAQUINARIAS \$150,342.15 SEGURIDAD Y CONTROL INTERNO \$3,137.00 SEGURIDAD CUERPO DE BOMBEROS \$1,374.40 VALOR TOTAL DE LA INVERSION \$225,610.31

Demanda proyectada Demanda proyectada Año AÑO 1 AÑO 2 AÑO 3 AÑO 4 AÑO 5 Población de la parroquia de Manta 1% 51,265.51, 778.52, 295.52, 618.53, 347. Crecimiento poblacion de manta Población apta para acudir al centro de entrenamiento 55.67% 28,541.28, 826.29, 114.29, 406.29, 700. Nivel Socioeconómico de Medio a Alto 62% 17,581.17, 757.17, 934.18, 114.18, 295. Mercado Potencial 17,581.17, 757.17, 934.18, 114.18, 295. Demanda insatisfecha 76.33% 13,525.13, 660.13, 797.13, 935.14, 074. Fuente Investigación de Mercado Mercado Objetivo 13,525.13, 660.13, 797.13, 935.14, 074. Porcentaje de clientes reales esperado 61% 8,250.8, 333.8, 416.8, 500.8, 585. Demanda Anual 8,250.8, 333.8, 416.8, 500.8, 585. Crecimiento esperado 3.5% 8,250.8, 624.8, 711.8, 798.8, 886. Crecimiento de la economía Ecuatoriana -1 Demanda Anual Mas Crecimiento esperado 8,250.8, 624.8, 711.8, 798.8, 886. Año Mercado Potencial Mercado Objetivo Demanda anual AÑO 1 17,581.13, 525.8, 250.17, 581.23.070% AÑO 2 17,757.13, 660.8, 624.4056 AÑO 3 17,934.13, 797.8, 711. AÑO 4 18,114.13, 935.8, 798.8346 AÑO 5 18,295.14, 074.8, 886.

TRABAJO DE TITULACION...xls

Mostrar todas las descargas...

ES 8:55 26/08/2014