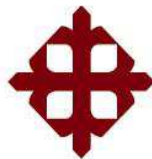


“Propuesta para la creación de un gimnasio dedicado al cuidado de la salud de la mujer en la zona norte de Guayaquil.”



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES
CARRERA DE INGENIERIA DE EMPRENDEDORES

PROYECTO DE TITULACIÓN
PARA LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE
INGENIERO EN DESARROLLO DE NEGOCIOS BILINGÜE

EFFECTUADO:

De Octubre de 2012 hasta Mayo 2014

REALIZADO POR:

Gianella Gálvez Ortega

Tutor:

Ing. Gerson Sopó

INFORMACIÓN PERSONAL:

Dirección: Km 8 ½ vía a Daule

Teléfono: 2-120-122

Celulares: 0999266966

Correo: gia_elita@hotmail.com

Guayaquil - Ecuador

“Propuesta para la creación de un gimnasio dedicado al cuidado de la salud de la mujer en la zona norte de Guayaquil.”

TEMA:

“Propuesta para la creación de un gimnasio dedicado al cuidado de la salud de la mujer en la zona norte de Guayaquil.”

“Propuesta para la creación de un gimnasio dedicado al cuidado de la salud de la mujer en la zona norte de Guayaquil.”

CERTIFICACIÓN

Certifico que el presente trabajo fue realizado en su totalidad por la Srta. Gianella Estefanía Gálvez Ortega como requerimiento parcial para la obtención del título de INGENIERO/A EN DESARROLLO DE NEGOCIOS BILINGÜE.

Guayaquil, Noviembre del 2013

Ing. Gerson Sopó

Tutor

Lector

Lector

“Propuesta para la creación de un gimnasio dedicado al cuidado de la salud de la mujer en la zona norte de Guayaquil.”



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

INGENIERÍA DE EMPRENDEDORES

DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD

GIANELLA ESTEFANIA GÁLVEZ ORTEGA

DECLARO QUE:

El Trabajo de Titulación denominado “Propuesta para la creación de un gimnasio dedicado al cuidado de la salud de la mujer en la zona norte de Guayaquil”, ha sido desarrollado con base a una investigación exhaustiva, respetando derechos intelectuales de terceros conforme las citas que constan al pie de las páginas correspondientes, cuyas fuentes se incorporan en la bibliografía.

Consecuentemente este trabajo es de mi autoría.

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

Guayaquil, Abril de 2014

LA AUTORA

GIANELLA ESTEFANÍA GÁLVEZ ORTEGA

“Propuesta para la creación de un gimnasio dedicado al cuidado de la salud de la mujer en la zona norte de Guayaquil.”



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

INGENIERÍA DE EMPRENDEDORES

AUTORIZACIÓN

Yo, GIANELLA ESTEFANÍA GÁLVEZ ORTEGA

Autorizo a la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil, la publicación, en la biblioteca de la institución del trabajo titulado: denominado “Propuesta para la creación de un gimnasio dedicado al cuidado de la salud de la mujer en la zona norte de Guayaquil.” cuyo contenido, ideas y criterios son de mi exclusiva responsabilidad y autoría.

Guayaquil, Abril de 2014

LA AUTORA

GIANELLA ESTEFANÍA GÁLVEZ ORTEGA

“Propuesta para la creación de un gimnasio dedicado al cuidado de la salud de la mujer en la zona norte de Guayaquil.”

DEDICATORIA

A DIOS, por iluminarme y darme las fuerzas e inteligencia para seguir adelante y culminar esta etapa de mi vida.

A MIS PADRES, por su amor y apoyo incondicional en todas las etapas de mi vida.

A MI HERMANA, por ser mi compañera, amiga y hermana fiel con la que siempre pude contar.

“Propuesta para la creación de un gimnasio dedicado al cuidado de la salud de la mujer en la zona norte de Guayaquil.”

AGRADECIMIENTO

A DIOS, por darme la vida y la alegría de seguir viva disfrutando del cariño de mis seres queridos.

A MIS PADRES, por siempre estar conmigo dándome su aliento y apoyo en cada paso que afronto

A MI HERMANA, por siempre ser mi compañera en las buenas y las malas.

A MIS AMIGOS, por su apoyo, aliento y cariño sincero.

“Propuesta para la creación de un gimnasio dedicado al cuidado de la salud de la mujer en la zona norte de Guayaquil.”

RESÚMEN

El presente trabajo de titulación tiene como objetivo crear un gimnasio dedicado al cuidado de la salud de la mujer en el cual sus clientas puedan tener un lugar confortable en donde puedan asistir a realizar sus ejercicios en un ambiente propicio para ellas.

El mismo será analizado bajo las directrices y herramientas que demuestren su factibilidad y sostenibilidad en el periodo proyectado para su puesta en marcha.

Además el presente trabajo brindará plazas de trabajo en la ciudad de Guayaquil con la cual ayudará con la economía del país.

“Propuesta para la creación de un gimnasio dedicado al cuidado de la salud de la mujer en la zona norte de Guayaquil.”

ABSTRACT

This work aims to create a gym dedicated to the healthcare of women in which their clients can have a comfortable place where they can go to perform their exercises in a supportive environment for them.

It will be used under the guidance and tools to demonstrate their feasibility and sustainability in the start-up period.

Furthermore, this work will provide working places in the city of Guayaquil which will help with the economy of the country.

“Propuesta para la creación de un gimnasio dedicado al cuidado de la salud de la mujer en la zona norte de Guayaquil.”

INTRODUCCIÓN

En la actualidad se puede observar a muchas mujeres temerosas de asistir a un gimnasio convencional o su rechazo al asistir a centros donde este la mirada de hombres o que tienen máquinas o rutinas que no son las adecuadas para su cuerpo y sus necesidades.

Debido a esto se observó la necesidad latente de crear un centro que solo dedique a la mujer y sus necesidades en donde se brinde apoyo a las mismas convirtiéndonos en un aliado de la mujer.

Con el presente trabajo de titulación se busca analizar la factibilidad de crear el gimnasio dedicado solo a la mujer y determinar los ingresos y costos que genere el mismo.

Mediante el análisis de mercado se conocerá la aceptación que tendrá el mismo por parte de sus clientas y con los flujos de efectivos, estados financieros, VAN y TIR se conocerá lo rentable o no que será el negocio.

En los capítulos siguientes se buscarán las estrategias y guías necesarias para la implementación del mismo; se desarrollará el plan de marketing, operativo, financiero y de contingencia en donde se establecerán las directrices del negocio y se determinará su factibilidad.

“Propuesta para la creación de un gimnasio dedicado al cuidado de la salud de la mujer en la zona norte de Guayaquil.”

ÍNDICE GENERAL

Contenido

TEMA	II
CERTIFICACIÓN	III
DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD	IV
AUTORIZACIÓN	V
DEDICATORIA	VI
AGRADECIMIENTO	VII
RESÚMEN.....	VIII
ABSTRACT.....	IX
INTRODUCCIÓN	X
ÍNDICE DE TABLAS	XVIII
ÍNDICE DE ILUSTRACIONES.....	XX
ÍNDICE DE GRÁFICOS	XXI
ABREVIATURAS.....	XXII
RESUMEN EJECUTIVO	XXIII
1. DESCRIPCIÓN DE LA INVESTIGACIÓN	25
1.1 Tema.....	25
1.2 Justificación.....	25
1.3 Planteamiento y Delimitación del Tema u Objeto de Estudio	25
1.4 Contextualización del Tema u Objeto de Estudio.....	26
1.5 Objetivos de la Investigación.....	26
1.5.1 Objetivo General	26
1.5.2 Objetivos Específicos.....	27
1.6 Determinación del Método de Investigación	27
1.7 Planteamiento del Fenómeno Paradigmático	27
1.7.1 Planteamiento del Problema.....	28
1.8 Fundamentación Teórica del Proyecto.....	28
1.8.1 Marco Referencial.....	28
1.8.2 Marco Teórico.....	29
1.8.3 Marco Conceptual	30
1.8.4 Marco Legal	31
1.8.5 Marco Lógico	34
1.9 Formulación de la hipótesis	35
1.10 Cronograma.....	35
2. DESCRIPCIÓN DEL NEGOCIO.....	37
2.1 Análisis de la Oportunidad.....	37
2.1.1 Descripción de la Idea de Negocio.....	37
2.1.2 Descripción de la Idea de Producto o Servicio	37
2.2 Misión, Visión y Valores de la Empresa.....	38
2.3 Objetivos de la Empresa.....	38
2.3.1 Objetivo General	38
2.3.2 Objetivos Específicos.....	38

“Propuesta para la creación de un gimnasio dedicado al cuidado de la salud de la mujer en la zona norte de Guayaquil.”

2.4	Estructura Organizacional.....	39
2.4.1	Organigrama.....	39
2.4.2	Desarrollo de Cargos y Perfiles por Competencias.....	39
2.4.3	Manual de Funciones	40
3.	ENTORNO JURÍDICO DE LA EMPRESA	43
3.1	Aspecto Societario de la Empresa.....	43
3.1.1	Generalidades (Tipo de Empresa).....	43
3.1.2	Fundación de la Empresa	43
3.1.3	Capital Social, Acciones y Participaciones.....	43
3.1.4	Juntas Generales de Accionistas y-o Socios	44
3.1.5	Compañías Extranjeras (opcional).....	44
3.1.6	Compañías que Cotizan en Bolsa de Valores (opcional).....	44
3.2	Aspecto Laboral de la Empresa.....	44
3.2.1	Generalidades	44
3.2.2	Mandato Constituyente #8	45
3.2.3	Tipos de Contrato de Trabajo.....	45
3.2.4	Obligaciones del empleador.....	45
3.2.5	Décimo Tercera y Décimo Cuarta Remuneración	46
3.2.6	Fondo de Reserva y Vacaciones	46
3.2.7	Asociaciones de Trabajadores.....	46
3.2.8	Inserción de Discapacitados a Puestos de Trabajo.....	47
3.3	Contratación Civil.....	47
3.3.1	Principios Básicos de la Contratación.....	47
3.3.2	Contratos de Prestación de Servicios	47
3.3.3	Principales Cláusulas de los Contratos de Prestación de Servicios	47
3.3.4	Soluciones Alternativas para Solución de Conflictos: Arbitraje y Mediación	48
3.3.5	Generalidades de la Contratación Pública.....	48
3.3.6	Contrato de Confidencialidad	49
3.4	Políticas de Buen Gobierno Corporativo	49
3.4.1	Código de Ética	49
3.4.2	Indicadores de Gestión.....	49
3.4.3	Programa de Compensaciones: Política Salarial, Beneficios Sociales, Otros	50
3.4.4	Políticas de Comunicación: Canales y Frecuencia de Comunicación	50
3.5	Propiedad Intelectual.....	51
3.5.1	Registro de Marca	51
3.5.2	Manual de Procesos Productivos	51
3.5.3	Derecho de Autor del Proyecto	51
3.5.4	Patente y-o Modelo de Utilidad (opcional).....	51
3.5.5	Seguros.....	51
3.5.6	Incendio.....	51
3.5.7	Robo.....	51
3.5.8	Fidelidad.....	52
3.5.9	Buen Uso de Anticipo y Cumplimiento de Contrato	52
3.5.10	Maquinarias y Equipos.....	52
3.5.11	Materia Prima y Mercadería.....	52

“Propuesta para la creación de un gimnasio dedicado al cuidado de la salud de la mujer en la zona norte de Guayaquil.”

3.6	Presupuesto	52
4.	AUDITORÍA DE MERCADO	54
4.1	PEST	54
4.2	Macro, Meso y Micro.....	56
4.3	Atractividad de la Industria.....	57
4.4	Análisis del Ciclo de Vida del Mercado	58
4.5	Matriz BCG.....	58
4.6	Análisis del Ciclo de Vida del Producto en el Mercado	59
4.7	Análisis de las Cinco Fuerzas Competitivas de Porter.....	60
4.8	Análisis de la Oferta.....	60
4.8.1	Tipo de Competencia	60
4.8.2	Market share: Mercado Real y Mercado Potencial	61
4.8.3	Características de los Competidores.	61
4.8.4	Benchmarking	62
4.9	Análisis de la Demanda.....	62
4.9.1	Segmentación de Mercado	62
4.9.1.1	Criterio de Segmentación.....	62
4.9.1.2	Selección de Segmentos.....	62
4.9.1.3	Perfiles de los Segmentos	62
4.10	Matriz FODA	63
4.11	Investigación de Mercado	63
4.11.1	Método	63
4.11.2	Diseño de la Investigación	64
4.11.2.1	Objetivos de la Investigación	64
4.11.2.2	Tamaño de la Muestra.....	64
4.11.2.3	Técnica de recogida y análisis de datos	65
4.11.2.4	Análisis de Datos	65
4.11.2.4.1	Exploratoria (Grupo Focal).....	65
4.11.2.4.2	Concluyente (Encuesta)	66
4.11.2.5	Análisis de Datos	69
4.11.2.6	Resumen e interpretación de resultados.....	78
4.11.3	Conclusiones de la Investigación de Mercado	78
4.11.4	Recomendaciones de la Investigación de Mercado	78
4.12	Cuantificación de la Demanda	79
4.12.1	Identificación del Mercado Potencial y la Demanda Potencial Insatisfecha ...	79
4.12.2	Proyección de Ventas a Cinco Años.....	79
5.	PLAN DE MARKETING.....	81
5.1	Objetivos: General y Específicos	81
5.1.1	Mercado Meta: Ventas y Utilidad Esperada	81
5.1.1.1	Tipo y Estrategias de Penetración	81
5.1.1.2	Cobertura.....	81
5.2	Posicionamiento	81
5.2.1	Estrategia de Posicionamiento.	81
5.2.2	Valoración del Activo de la Marca (BAV)	83
5.3	Marketing Mix	83

“Propuesta para la creación de un gimnasio dedicado al cuidado de la salud de la mujer en la zona norte de Guayaquil.”

5.3.1 Estrategia de Producto o Servicios.....	83
5.3.1.1 Descripción del Producto.....	84
5.3.1.2 Adaptación o Modificación del Producto.....	84
5.3.1.3 Empaque: Reglamento del Marcado y Etiquetado.....	84
5.3.1.4 Amplitud y Profundidad de Línea.....	84
5.3.1.5 Marcas y Submarcas.....	84
5.3.2 Estrategia de Precios.....	84
5.3.2.1 Precios de la Competencia.....	85
5.3.2.2 Poder Adquisitivo del Mercado Meta.....	85
5.3.2.3 Expectativa de los Accionistas.....	85
5.3.2.4 Políticas de Precio.....	85
5.3.3 Estrategia de Plaza.....	86
5.3.3.1 Localización.....	86
5.3.3.1.1 Macro Localización.....	86
5.3.3.1.2 Micro Localización.....	86
5.3.3.1.3 Ubicación.....	86
5.3.3.1.4 Distribución del Espacio.....	86
5.3.3.1.5 Sistema de Distribución Comercial.....	87
5.3.3.1.6 Canales de Distribución.....	87
5.3.3.1.7 Penetración en los Mercados Urbanos y Rurales.....	87
5.3.3.1.8 Logística.....	87
5.3.3.1.9 Red de Ventas.....	87
5.3.3.1.10 Políticas de Servicio al Cliente.....	88
5.3.4 Estrategias de Promoción.....	88
5.3.4.1 Estrategias ATL y BTL.....	88
5.3.4.2 Elaboración de Diseño y Propuesta Publicitaria: Concepto, Mensaje.....	88
5.3.4.3 Promoción de Ventas.....	89
5.3.4.3.1 Venta Personal.....	89
5.3.4.3.2 Trading.....	89
5.3.4.3.3 Clienting.....	89
5.3.4.4 Publicidad.....	90
5.3.4.4.1 Estrategia de Lanzamiento.....	90
5.3.4.4.2 Plan de Medios: Tipos, Costos, Rating, Agencias de Publicidad.....	90
5.3.4.4.3 Mindshare.....	90
5.3.4.4.4 Publicidad Blanca.....	90
5.3.4.4.5 Merchandising.....	90
5.3.4.4.6 Relaciones Públicas.....	91
5.3.4.4.7 Marketing Relacional.....	91
5.3.4.4.8 Insight Marketing.....	91
5.3.4.4.9 Gestión de Promoción Electrónica del Proyecto.....	91
5.3.4.4.9.1 Estrategias de E-Commerce, E-Business e E-Marketing.....	91
5.3.4.4.9.2 Análisis de la Promoción Electrónica de los Competidores.....	92
5.3.4.4.9.3 Diseño e Implementación de la Página Web.....	92
5.3.4.4.10 Estrategias de Marketing a través de Redes Sociales.....	93
5.3.4.4.10.1 Análisis de la Promoción Electrónica de los Competidores.....	93

“Propuesta para la creación de un gimnasio dedicado al cuidado de la salud de la mujer en la zona norte de Guayaquil.”

5.3.4.4.10.2Diseño e Implementación de Fans Pages	93
5.4 Marketing Social	94
5.4.1.1Ámbito Internacional	95
5.4.1.1.1Estrategia de Distribución Internacional	95
5.4.1.1.2Estrategias de Precio Internacional	95
5.4.2 Cronograma (Calendario de Acción de la Campaña)	95
5.4.3 Análisis de Rentabilidad del Offering.....	95
6. PLAN OPERATIVO.....	98
6.1 Producción	98
6.1.1 Proceso Productivo	98
6.1.2 Infraestructura: Obra Civil, Maquinarias y Equipos	98
6.1.3 Mano de Obra.....	99
6.1.4 CapacidadInstalada	100
6.1.5 Flujogramas de Procesos.....	100
6.1.6 Presupuesto	101
6.2 Gestión de Calidad	102
6.2.1 Procesos de planeación de calidad	102
6.2.2 Beneficios de las acciones proactivas	102
6.2.3 Políticas de calidad.....	102
6.2.4 Benchmarking	103
6.2.5 Proceso de aseguramiento de la calidad.....	103
6.2.6 Estándares de la calidad	103
6.2.7 Procesos de control de calidad	103
6.2.8 Certificaciones y Licencias	104
6.2.9 Presupuesto	104
6.3 Gestión Ambiental	104
6.3.1 Procesos de planeación ambiental.....	104
6.3.2 Beneficios de las acciones proactivas	104
6.3.3 Políticas de protección ambiental.....	105
6.3.4 Proceso de aseguramiento de la calidad ambiental	105
6.3.5 Estándares de la calidad ambiental	105
6.3.6 Procesos de control de calidad	106
6.3.7 Trazabilidad.....	106
6.3.8 Logística Verde	106
6.3.9 Certificaciones y Licencias	106
6.3.10 Presupuesto	106
6.4 Gestión de Responsabilidad Social	106
6.4.1 Procesos de planeación del Modelo Empresarial de Responsabilidad Social	107
6.4.2 Beneficios de las acciones proactivas	107
6.4.3 Políticas de protección social	107
6.4.4 Proceso de aseguramiento de la Responsabilidad Social y Corporativa.....	107
6.4.5 Estándares de Responsabilidad Social Aplicables	108
6.4.6 Procesos de controles sociales	108
6.4.7 Certificaciones y Licencias	108
6.4.8 Presupuesto	108

“Propuesta para la creación de un gimnasio dedicado al cuidado de la salud de la mujer en la zona norte de Guayaquil.”

6.5	Balanced Scorecard & Mapa Estratégico.....	109
6.6	Otros temas relacionados al plan operativo	110
7.	ESTUDIO ECONÓMICO-FINANCIERO-TRIBUTARIO	112
7.1	Inversión Inicial	112
7.1.1	Tipo de Inversión	112
7.1.1.1	Fija	112
7.1.1.2	Diferida	113
7.1.1.3	Corriente.....	114
7.1.2	Financiamiento de la Inversión	114
7.1.2.1	Fuentes de Financiamiento.....	114
7.1.2.2	Tabla de Amortización.....	115
7.1.3	Cronograma de Inversiones.....	116
7.2	Análisis de Costos.....	116
7.2.1	Costos Fijos.....	116
7.2.2	Costos Variables	117
7.2.2.1	Costos de Producción.....	117
7.3	Capital de Trabajo	117
7.3.1	Costos de Operación	117
7.3.2	Costos Administrativos	118
7.3.3	Costos de Ventas	118
7.3.4	Costos Financieros	118
7.4	Análisis de variables críticas.....	118
7.4.1	Determinación del Precio: Mark Up y Márgenes.	119
7.4.2	Proyección de Costos e Ingresos en función de la proyección de Ventas	119
7.4.3	Determinación del Punto Óptimo de Producción.....	120
7.4.4	Análisis de Punto de Equilibrio.....	120
7.4.5	Análisis de Punto de Cierre.....	120
7.5	Entorno Fiscal de la Empresa.....	121
7.5.1	Planificación Tributaria.....	121
7.5.1.1	Generalidades (Disposiciones normativas).....	121
7.5.1.2	Minimización de la carga fiscal	121
7.5.1.3	Impuesto a la Renta.....	121
7.5.1.4	Impuesto al Valor Agregado	121
7.5.1.5	Impuestos a los Consumos Especiales	121
7.5.1.6	Impuestos, Tasas y Contribuciones Municipales	122
7.5.1.7	Impuestos al Comercio Exterior	122
7.5.1.8	Impuestos a las Herencias Legados y Donaciones.....	122
7.5.1.9	Impuestos a la Salida de Divisas	122
7.5.1.10	Impuestos a los Vehículos Motorizados	122
7.5.1.11	Impuestos a las Tierras Rurales	122
7.6	Estados Financieros proyectados	122
7.6.1	Balance General Inicial.....	122
7.6.2	Estado de Pérdidas y Ganancias.....	123
7.6.2.1	Flujo de Caja Proyectado	124
7.6.2.1.1	Indicadores de Rentabilidad y Costo del Capital	125

“Propuesta para la creación de un gimnasio dedicado al cuidado de la salud de la mujer en la zona norte de Guayaquil.”

7.6.2.1.1.1TMAR	125
7.6.2.1.1.2VAN	125
7.6.2.1.1.3TIR	125
7.6.2.1.1.4PAYBACK.....	125
7.7 Análisis de Sensibilidad Multivariable o de Escenarios Múltiples.....	125
7.7.1 Productividad	126
7.7.2 Precio Mercado Local	126
7.7.3 Precio Mercado Externo.....	126
7.7.4 Costo de Materiales Indirectos.....	126
7.7.5 Costo de Suministros y Servicios.....	126
7.7.6 Costo de Mano de Obra Directa.....	126
7.7.7 Costo de Mano de Obra Indirecta	127
7.7.8 Gastos Administrativos	127
7.7.9 Gastos de Ventas	127
7.7.10 Inversión en Activos Fijos	127
7.7.11 Tasa de interés promedio (puntos porcentuales).....	128
7.8 Balance General	128
7.8.1 Razones Financieras.....	129
7.8.1.1Liquidez.....	129
7.8.1.2Gestión	129
7.8.1.3Endeudamiento.....	130
7.8.1.4Rentabilidad	130
7.9 Conclusión Financiera.....	131
8. PLAN DE CONTIGENCIA.....	133
8.1 Plan de administración del riesgo	133
8.1.1 Principales riesgos.....	133
8.1.2 Reuniones para mitigar los riesgos	133
8.1.3 Tormenta de ideas (brainstorming), listas de verificación (check lists).....	133
8.2 Planeación de la respuesta al riesgo	134
8.2.1 Monitoreo y control del riesgo.....	134
8.2.2 Revisiones periódicas y evaluación del riesgo.....	135
8.2.3 Reporte del riesgo	135
8.2.4 Estrategias de Salida	135
8.3 Plan de Contingencia y Acciones Correctivas	135
9. CONCLUSIONES	137
10. RECOMENDACIONES	139
11. FUENTES	141
11.1 Bibliografía	141
12. ANEXOS	146
12.1 Anexo #1 Contratos.	146
12.2 Anexo #2 Tasa activa Banco Nacional del Fomento	149
12.3 Anexo # 3 Tabla de Amortización	149
12.4 Anexo #4 Cotización Máquinas.....	151
13. MATERIAL COMPLEMENTARIO.....	153
13.1 Tarifas medios ATL al mes de Mayo.....	153

“Propuesta para la creación de un gimnasio dedicado al cuidado de la salud de la mujer en la zona norte de Guayaquil.”

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Marco Lógico.....	34
Tabla 2 Manual de Funciones	40
Tabla 3 Capital Social, Acciones y Participaciones.....	43
Tabla 4 Indicadores de Gestión.....	49
Tabla 5 Políticas de Comunicación.....	50
Tabla 6 Presupuesto	52
Tabla 7 Características de los Competidores	61
Tabla 8 Matriz FODA	63
Tabla 9 Tamaño de la muestra	65
Tabla 10 Proyección de Ventas.....	79
Tabla 11 Descripción del Producto.....	84
Tabla 12 Precios de la Competencia.....	85
Tabla 13 Políticas de Precio.....	85
Tabla 14 Políticas de Servicio al cliente	88
Tabla 15 Clienting.....	89
Tabla 16 Análisis de la Promoción Electrónica de los Competidores	92
Tabla 17 Análisis de la promoción electrónica.....	93
Tabla 18 Análisis de Rentabilidad del Offering.....	96
Tabla 19 Infraestructura	98
Tabla 20 Presupuesto	101
Tabla 21 Políticas de protección ambiental	105
Tabla 22 Balanced Scorecard.....	109
Tabla 23 Mapa Estratégico.....	109
Tabla 24 Inversión Inicial	112
Tabla 25 Inversión Fija	112
Tabla 26 Inversión Diferida	114
Tabla 27 Inversión Corriente	114
Tabla 28 Financiamiento de la inversión	115
Tabla 29 Detalle financiamiento Interno.....	115
Tabla 30 Préstamo Bancario	115
Tabla 31 Cronograma de Inversiones	116
Tabla 32 Costos Fijos.....	116
Tabla 33 Costos Variables	117
Tabla 34 Capital de Trabajo.....	117
Tabla 35 Costos Administrativos.....	118
Tabla 36 Costos Administrativos.....	118
Tabla 37 Mark up.....	119
Tabla 38 Proyección de Costos e Ingresos.....	119

“Propuesta para la creación de un gimnasio dedicado al cuidado de la salud de la mujer en la zona norte de Guayaquil.”

Tabla 39 Punto de Equilibrio	120
Tabla 40 Punto de Cierre.....	120
Tabla 41 Impuesto a la Renta.....	121
Tabla 42 Balance General Inicial	123
Tabla 43 Estado de Pérdidas y Ganancias.....	123
Tabla 44 Flujo de Caja Proyectado	124
Tabla 45 TMAR	125
Tabla 46 Precio de Mercado Global	126
Tabla 47 Costo de mano de obra directo.....	127
Tabla 48 Gastos Administrativos.....	127
Tabla 49 Inv. Activos Fijos.....	128
Tabla 50 Tasa de Interés	128
Tabla 51 Liquidez	129
Tabla 52 Gestión	130
Tabla 53 Endeudamiento.....	130
Tabla 54 Rentabilidad	131
Tabla 55 Riesgos	133
Tabla 56 Lista de Verificación.....	134
Tabla 57 Control de Riesgos	134
Tabla 58 Plan de Contingencia	135

“Propuesta para la creación de un gimnasio dedicado al cuidado de la salud de la mujer en la zona norte de Guayaquil.”

ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

Ilustración 1 Cronograma.....	35
Ilustración 2 Organigrama.....	39
Ilustración 3 Inflación	54
Ilustración 4 Tasa Activa	55
Ilustración 5 Uso de Internet	55
Ilustración 6 Internet en el Hogar.....	56
Ilustración 7 Facturación.....	57
Ilustración 8 Ciclo de Vida del Mercado	58
Ilustración 9 Matriz BCG.....	59
Ilustración 10 Ciclo de Vida del Producto	59
Ilustración 11 Logo	82
Ilustración 12 Valoración del Activo de la Marca	83
Ilustración 13 Ubicación	86
Ilustración 14 Distribución del Espacio	87
Ilustración 15 Diseño de Página Web	92
Ilustración 16 Diseño Fan Page Facebook	94
Ilustración 17 Diseño Página Twitter.....	94
Ilustración 18 Cronograma Acción de la campaña	95
Ilustración 19 Proceso Productivo	98
Ilustración 20 Flujogramas de Procesos.....	100
Ilustración 21 Procesos de planeación ambiental.....	104
Ilustración 22 Políticas de protección social	107
Ilustración 23 Estándares de Responsabilidad Social	108

“Propuesta para la creación de un gimnasio dedicado al cuidado de la salud de la mujer en la zona norte de Guayaquil.”

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1 Realiza alguna actividad fitness.....	70
Gráfico 2 Edad	71
Gráfico 3 Estado Civil.....	71
Gráfico 4 Tiene hijos.....	72
Gráfico 5 Actividades que realiza en un lugar determinado	72
Gráfico 6 Actividades realizadas en casa.....	73
Gráfico 7 Necesidades no cubiertas	74
Gráfico 8 Precio	75
Gráfico 9 Ambiente.....	75
Gráfico 10 Rutina de Ejercicios	75
Gráfico 11 Ubicación	76
Gráfico 12 Horarios.....	76
Gráfico 13 Pregunta 6	77

“Propuesta para la creación de un gimnasio dedicado al cuidado de la salud de la mujer en la zona norte de Guayaquil.”

ABREVIATURAS

ATL:	Above The Line
BAV:	Brand Asset Valuator
BCE:	Banco Central del Ecuador
BCG:	Boston Consulting Group
BNF:	Banco Nacional de Fomento
BTL:	Below The Line
FODA:	Fortalezas, oportunidades, debilidades, amenazas
GEM:	Global Entrepreneurship Monitor
IESS:	Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social
INEC:	Instituto Nacional de Estadísticas y Censos
IVA:	Impuesto al Valor Agregado
MIPRO:	Ministerio de Industrias y Productividad
OMS:	Organización Mundial de la salud
PEST:	Político, Económico, Social y Tecnológico
PIB:	Producto Interno Bruto
PYMES:	Pequeñas y Medianas Empresas
ROA:	Return Over Assets
ROE:	Return Over Equity
SRI:	Servicio de Rentas Internas
SENPLADES:	Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo
SINDE:	Sistema de Investigación y Desarrollo
TIR:	Tasa Interna de Retorno
TMAR:	Tasa Mínima Aceptable Requerida
TEA:	Actividad Emprendedora Temprana
VAN:	Valor Actual Neto

“Propuesta para la creación de un gimnasio dedicado al cuidado de la salud de la mujer en la zona norte de Guayaquil.”

RESUMEN EJECUTIVO

El presente trabajo de titulación tiene como objetivo la creación de un gimnasio dedicado al cuidado de la salud de la mujer, en donde se brinde un ambiente confortable junto con rutinas especiales para el cuerpo de la mujer y el control de peso por parte de especialistas de la salud. El trabajo tomará lugar en la Cdla. Vernaza Norte a tras del Mall del Sol debido a que es un lugar céntrico y de fácil acceso.

Con la investigación de mercado se pudo determinar cuáles son las rutinas de ejercicios más requeridas por parte de nuestro mercado objetivo, así como sus principales necesidades y el promedio de gastos mensual que destinan para actividades fitness.

El plan de marketing está enfocado a generar recordación de marca y aceptación por parte de las futuras clientas, fomentando el sentimiento de confianza hacia la empresa. Para lo mismo se aplicarán medios BTL que nos ayuden a llegar con el mensaje a nuestro grupo objetivo.

Con el plan operativo se fijaron políticas de calidad, ambiental y social; así como procesos de ventas, y estándares de calidad para la empresa.

En el estudio financiero se puede constatar la viabilidad y factibilidad de la puesta en marcha del negocio el cual requiere una inversión inicial de \$59.059,35, lo cual se financiará 40% recursos propios y 60% préstamo bancario al Banco Nacional del Fomento. Todo esto nos da ratios favorables para la empresa como una TIR de 56.51% y una VAN de \$128.822,49.

Con lo anterior mencionado se puede concluir que el negocio es rentable y se puede mantener en el tiempo, generando ingresos para los accionistas y plazas de trabajo.

“Propuesta para la creación de un gimnasio dedicado al cuidado de la salud de la mujer en la zona norte de Guayaquil.”

CAPÍTULO 1

DESCRIPCIÓN DE LA INVESTIGACIÓN

“Propuesta para la creación de un gimnasio dedicado al cuidado de la salud de la mujer en la zona norte de Guayaquil.”

CAPÍTULO 1

1. DESCRIPCIÓN DE LA INVESTIGACIÓN

1.1 Tema

Propuesta para la creación de un gimnasio dedicado al cuidado de la salud de la mujer en la zona norte de Guayaquil.

1.2 Justificación

La siguiente investigación busca brindar un aporte social ya que el presente estudio contribuirá a que la mujer tenga un mejor estilo de vida a través de la práctica deportiva la cual facilita el contacto con el entorno social y las relaciones interpersonales, contribuye a la formación del carácter dentro de un marco de valores y actitudes tales como el autocontrol, la voluntad, la disciplina, la honradez, la superación personal, la participación y la sociabilidad. (Alfaro, 2004)

Las razones por las que el estudio se centra en el grupo poblacional de mujeres, son las realidades y condiciones muy particulares de las mujeres en relación con la práctica físico-deportiva como por ejemplo la falta de sensación de intimidad y libertad para realizar sus ejercicios, presentándose una clara necesidad de profundizar y dedicarle una especial atención.

También tiene un aporte académico, puesto que contribuirá a las investigaciones existentes respecto a la mujer y sus comportamientos.

1.3 Planteamiento y Delimitación del Tema u Objeto de Estudio

La propuesta para el trabajo de titulación está enfocada en estudiar la factibilidad de crear un gimnasio especializado en la mujer en el cual se ofrecerá a las clientas un espacio en donde puedan realizar sus rutinas de ejercicios y asesorarlas en aspectos nutricionales para tener un cuidado integral de su salud. El gimnasio estará ubicado en el norte de Guayaquil en Plaza de Sol debido a que es un lugar de fácil accesibilidad, además de ser un centro de negocios que abarca muchas empresas lo cual nos mantendrá cerca de las mujeres que no disponen de mucho tiempo para realizar actividades físicas debido a sus cargas laborales.

La investigación se realizará entre los meses de julio del 2013 a abril del 2014 en la ciudad de Guayaquil debido a que es una ciudad donde la moda y nuevas

“Propuesta para la creación de un gimnasio dedicado al cuidado de la salud de la mujer en la zona norte de Guayaquil.”

tendencias no faltan, en ella habitan 677.738 mujeres de entre 20 a 70 años de edad (Inec, 2013) que están expuestas a ello y están en constante búsqueda de la belleza y el cuidado físico. Además las mujeres Guayaquileñas están muy expuesta a la moda fitness, en donde ellas en la actualidad entrenan en centros fitness para contruir un cuerpo óptimo.(Ampuero, 2003)

1.4 Contextualización del Tema u Objeto de Estudio

El trabajo de titulación se ajusta al objetivo N°3 del Plan Nacional del Buen Vivir de mejorar la calidad de vida de la población, con el que se busca brindar atención integral a las mujeres y demás grupos de atención prioritaria, promover la práctica de una vida saludable y aumentar a más de 3.5 horas semanales que las personas realizan actividades físicas marcando el objetivo del presente trabajo de titulación dentro de los sectores priorizados. (SENPLADES, 2009)

También cumple con los lineamientos de trabajo del sistema de investigación y desarrollo de la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil en la que se busca realizar un proyecto de investigación y desarrollo solicitados por encargo social, ya que el trabajo de titulación no sólo busca el enriquecimiento personal sino también el de promover una cultura de salud en la mujer y ayudarla en su bienestar tanto físico como emocional. (SINDE, 2013)

Por otro lado el beneficio económico que la industria brinda está en incremento, en una investigación realizada por Revista Semana se dio a conocer que solo en Guayaquil existen registrados 134 gimnasios de los cuales el 60% pertenece al nivel socio económico medio alto, lo que hace que las mensualidades vayan entre \$40 y \$120, además expresan que solo entre enero y marzo del 2012 se han importado 3.30 toneladas de ropa deportiva al país. (Heredia, 2012)

1.5 Objetivos de la Investigación

1.5.1 Objetivo General

Conocer la factibilidad de crear un gimnasio especializado en la mujer en zona norte de Guayaquil.

“Propuesta para la creación de un gimnasio dedicado al cuidado de la salud de la mujer en la zona norte de Guayaquil.”

1.5.2 Objetivos Específicos

- Investigar el mercado femenino de la zona norte de Guayaquil en cuanto a tendencias de práctica deportiva y cuidado de la salud.
- Conocer los ingresos y gastos que generará el presente trabajo de titulación.
- Determinar el lugar idóneo en la zona norte de Guayaquil para la puesta en marcha de la empresa.

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

Para la formulación e investigación del presente trabajo de titulación se empleará dos tipos de métodos de investigación:

- **Cuantitativo:** Se investigará una muestra representativa de nuestro grupo objetivo a través de encuestas (presenciales, telefónicas o virtuales), mapas perceptuales, etc. para luego analizar los resultados.
- **Cualitativo:** Con este método se emplearán métodos de recolección de datos no cuantitativos como entrevistas a profundidad, grupo focal, benchmarking, etc. con el propósito de explorar las relaciones sociales y describir la realidad tal como la experimentan sus correspondientes protagonistas.

La fuente primaria se asentará en las encuestas, las mismas que serán aplicadas a una muestra determinada de la Ciudad de Guayaquil. Aplicando entrevistas y realizando encuestas, obtendremos información de la ciudad, entrevistando a todas mujeres que trabajan en empresas privadas y públicas. Como fuentes secundarias tendremos Internet, Textos, archivos, revistas y documentos con datos técnicos, económicos y de opinión. (Investigación de Mercado, 2013)

Con los datos arriba expuestos se espera poder hacer proyecciones de los ingresos en el primer semestre del año y estrategias para futuros años.

1.7 Planteamiento del Fenómeno Paradigmático

El trabajo de titulación contempla el siguiente fenómeno socio-crítico: importancia de la actividad física como estilo de vida saludable en una cultura física

“Propuesta para la creación de un gimnasio dedicado al cuidado de la salud de la mujer en la zona norte de Guayaquil.”

consumista, por lo que la investigación ayudarán a conocer y comprender la realidad como práctica.

1.7.1 Planteamiento del Problema

La creación de un gimnasio sólo para mujeres nace tras la necesidad que tienen las mujeres de asistir a un centro de ejercicios que se dedique exclusivamente a sus necesidades, gustos y preferencias. Este trabajo intenta ayudar a las mujeres con los siguientes problemas que les afecta al momento de asistir a un gimnasio:

- **Intimididad:** La mirada del otro no forma parte del gimnasio, en especial por las actividades que se realizan, donde las mujeres trabajan su autoestima.
- **Inseguridad:** Aquí las mujeres se sentirán libres de realizar sus rutinas de ejercicios sin pensar en el que dirán.

Los gimnasios sólo para mujeres se crearon pensando en la comodidad de la mujer ya que muchas mujeres se sentían mal al ir a un gimnasio mixto y que los hombres las miren con malicia o las critiquen por no tener un cuerpo bien definido cuando apenas comenzaban a asistir. Adicionalmente las mujeres se incomodaban al usar una maquina luego de que fuera usada por un hombre ya que al parecer el sudor y el humor de ellos les disgustan. (Spain Fitness, 2013)

1.8 Fundamentación Teórica del Proyecto

1.8.1 Marco Referencial

Al igual que el Ministerio de Inclusión Económica y Social el presente trabajo de titulación se enfoca en el objetivo n°3 del plan del buen vivir que busca la equiparación de oportunidades de las mujeres y demás personas que forman los grupos vulnerables, a través de su programa “*Desarrollo Integral*” centrará su atención en las necesidades de la población de atención prioritaria. (MIES, 2013)

Además el presente trabajo toma como referencia el proyecto que mantiene actualmente el Ministerio de Deportes “*Ecuador Ejercitate*” que nació tras la idea de erradicar el sedentarismo en el país que hoy en día ataca al 50% de la población ecuatoriana, cifras que han ido disminuyendo tras la implementación del proyecto que hoy en día registra 250.000 personas realizando deporte. Además el Estado está

“Propuesta para la creación de un gimnasio dedicado al cuidado de la salud de la mujer en la zona norte de Guayaquil.”

trabajando en un mecanismo jurídico que coloque al proyecto como política estatal. (Carlos Yaguachi, 2013)

En el país entre los gimnasios más grandes de la zona norte de Guayaquil tenemos el Hometown Gym (Ceibos), Miriam’s Gym (Urdesa), Gold’s Gym (WTC Fco. de Orellana) y Hyper Gym (Urdesa), los cuales cuentan con amplios espacios para la instalación de sus máquinas y equipos; además de un área para el desarrollo de otras prácticas deportivas como baile, kick boxing, pilates, spinning entre otros. Y hace 5 años llegó al Ecuador el primer gimnasio para la mujer, Curves, la mayor cadena de gimnasios femeninos, con un sistema de entrenamiento en 30 minutos exclusivo para mujeres. (CURVES, 2013)

De acuerdo con la Encuesta Mundial de Fitness 2012-2013 elaborada por la Universidad de la Medicina del Deporte de EEUU, los programas de ejercicio para mujeres, adultos mayores, la zumba, el yoga y el entrenamiento funcional son algunas de las 20 principales tendencias de la industria para este año. (Brenes, 2013)

1.8.2 Marco Teórico

Abraham Maslow en su obra *“Una teoría sobre la motivación humana”* trata el tema de necesidades sociales y necesidades de estima; la primera se satisface realizando presentaciones deportivas, culturales y recreativas a través de la necesidad de relacionarse y de pertenecer a una sociedad. Por otro lado el tener satisfecha la necesidad de estima apoya el sentido de la vida y la valoración como individuo. (Abraham Maslow, 1943)

Por otro lado Manfred Max Neef para entender el concepto de desarrollo humano presenta una matriz de necesidades humanas y satisfactores de la vida humana que se ve plasmado en su libro *“Desarrollo a escala humana: Conceptos, aplicaciones y reflexiones”*; con esta matriz Max Neef abarca nueve necesidades humanas básicas como subsistencia, protección, afecto, comprensión, participación, creación, ocio, identidad y libertad. (Octavio Groppa, 2004)

Siendo parte fundamental de las motivaciones y necesidades humanas el hecho de sentir una valoración individual, libertad, subsistencia y de pertenencia en la sociedad las mujeres sienten más la presión social que los hombres ante la necesidad

“Propuesta para la creación de un gimnasio dedicado al cuidado de la salud de la mujer en la zona norte de Guayaquil.”

de mantener un aspecto físico perfecto; así lo muestra el estudio *“La presión social por la imagen perfecta”* de Campofrío, el mismo revela que la sociedad, la publicidad, marcas de modas y revista femeninas son las responsables de esta presión.(Campofrío, 2012)Según Eva González, socióloga, *“Las mujeres se sienten más presionadas que los hombres en la necesidad de transmitir una imagen perfecta, porque la sociedad en general es mucho más exigente con la apariencia física y la estética de la mujer. Una mujer tiene que ser bella y joven para tener éxito, mientras que en el caso de los hombres, las exigencias estéticas se relajan y entran en juego otras cualidades o habilidades, con independencia de la estética.”*

Además de teorías psicológicas acerca de la mujer existen aspectos físicos en ella que deben ser tratados especialmente; así lo explica el Dr.Arthur Guyton en su libro *“Tratado de Fisiología Médica”*argumenta que existen diferencias físicas entre los hombres y mujeres debido al tamaño y composición corporal. Midiendo el rendimiento de las mujeres encontró que la fuerza muscular, respiración pulmonar y el gasto cardíaco varían entre dos tercios y tres cuartos de los valores registrados por los varones.(Guyton, 1956) Es por esto que en el presente trabajo de titulación propone crear un ambiente que cuente con rutinas de ejercicios trabajados especialmente para el cuerpo de la mujer.

Además el ginecólogo Dr. Arnold Kegel en 1940 creó una rutina de ejercicios para evitar y corregir la incontinencia urinaria en sus pacientes. Aunque este problema afecta a ambos sexos se da con mayor frecuencia en las mujeres en especial aquellas que estén posterior al parto. *Los ejercicios de Kegel o ejercicios de contracción del músculo pubocóxigeo*, son unos ejercicios destinados a fortalecer los músculos pélvicos. También están recomendados para evitar alteraciones comunes como la incontinencia urinaria o también para facilitar el parto. (Ejercicios de Kegel, 2013)

1.8.3 Marco Conceptual

- **Plan de Negocios:** o también llamado plan de empresa es un documento en el cual se detallan objetivos, estrategias y guías de la empresa. Así mismo

“Propuesta para la creación de un gimnasio dedicado al cuidado de la salud de la mujer en la zona norte de Guayaquil.”

detalla el mercado al que se va a dirigir y el análisis del mismo, la forma de comercialización y el financiamiento requerido.

(Komiya, 2014)

- **Análisis de Factibilidad:** también llamado Estudio de viabilidad es aquel análisis que se realiza para conocer si un proyecto será viable o no y las estrategias que se implementarán para su éxito.

(Varela, 2014)

- **Motivación:** es el acto de realizar o ejecutar algo por alguna causa o interés.
(Real Academia de la Lengua, 2013)
- **Igualdad:** la igual es la equivalencia de dos cantidades o expresiones, ante la ley es el hecho de que todos los ciudadanos posee los mismo derechos.
(Real Academia de la Lengua, 2013)
- **Inclusión:** es la acción o efecto de incluir a alguien o algo, hacerlo parte de la algo.
(Real Academia de la Lengua, 2013)
- **Corresponsabilidad:** es el acto de tener una responsabilidad compartida con alguien.
(Real Academia de la Lengua, 2013)

1.8.4 Marco Legal

Para poder hablar de gimnasios especializados en la mujer en el Ecuador es importante considerar la Ley de Deporte, Educación Física y Recreación, a continuación se mencionaran algunos artículos, que afectan a la empresa:

- **Art. 2.- Objeto.-** Las disposiciones de la presente Ley son de orden público e interés social. Esta Ley regula el deporte, educación física y recreación; establece las normas a las que deben sujetarse estas actividades para mejorar la condición física de toda la población, contribuyendo así, a la consecución del Buen Vivir.
- **Art. 11.- De la práctica del deporte, educación física y recreación.-** Es derecho de las y los ciudadanos practicar deporte, realizar educación física y acceder a la recreación, sin discrimen alguno de acuerdo a la

“Propuesta para la creación de un gimnasio dedicado al cuidado de la salud de la mujer en la zona norte de Guayaquil.”

Constitución de la República y a la presente Ley. Es derecho del ciudadano ecuatoriano si lo creyere necesario disfrutar, aliviar tensiones, conseguir un confort espiritual, psicológico, proyectarse a cambio físicos, intelectuales, familiares, laborales o grupales a través de la práctica de la actividad física dentro de los parámetros que permite y manda la educación física, deportes y recreación en la actual ley del deporte dentro de la Constitución del Ecuador.

- **Art. 89.- De la recreación.-** La recreación comprenderá todas las actividades físicas lúdicas que empleen al tiempo libre de una manera planificada, buscando un equilibrio biológico y social en la consecución de una mejor salud y calidad de vida. Estas actividades incluyen las organizadas y ejecutadas por el deporte barrial y parroquial, urbano y rural.
- **Art. 91.- Grupos de atención prioritaria.-** El Gobierno Central y los gobiernos autónomos descentralizados programarán, planificarán, desarrollarán y ejecutarán actividades deportivas y recreativas que incluyan a los grupos de atención prioritaria, motivando al sector privado para el apoyo de estas actividades.
- **Art. 92.- Regulación de actividades deportivas.-** El Estado garantizará:
 - a) **Planificar y promover la igualdad de oportunidades** a toda la población sin distinción de edad, género, capacidades diferentes, condición socio económica o intercultural a la práctica cotidiana y regular de actividades recreativas y deportivas;
 - b) **Impulsar programas para actividades recreativas deportivas** para un sano esparcimiento, convivencia familiar, integración social, así como para recuperar valores culturales deportivos, ancestrales, interculturales y tradicionales;
 - c) **Fomentar programas con actividades de deporte**, educación física y recreación desde edades tempranas hasta el adulto mayor y grupos vulnerables en general para fortalecer el nivel de salud, mejorar y elevar su rendimiento físico y sensorial;

“Propuesta para la creación de un gimnasio dedicado al cuidado de la salud de la mujer en la zona norte de Guayaquil.”

d) Garantizar, promover y fomentar en la Administración Pública, la práctica de actividades deportivas, físicas y recreativas; y,

e) Garantizar y promover el uso de parques, plazas y demás espacios públicos para la práctica de las actividades deportivas, físicas y recreativas.(Ley de Deporte y Recreación del Ecuador, 2013)

Analizando los puntos arriba expuesto podemos notar que el Estado Ecuatoriano busca promover la actividad física en los ciudadanos sin distinción de géneros.

Además el siguiente trabajo de titulación también tendrá las siguientes bases legales:

- Ley de los Derechos humanos
- Ley de Compañías
- Ley de la propiedad intelectual
- Ley orgánica de defensa del consumidor
- Ley de protección integral de la mujer
- Ley de propiedad Intelectual
- Código Civil
- Código Penal
- Código de Trabajo
- Servicio de Rentas Internas
- ESS

“Propuesta para la creación de un gimnasio dedicado al cuidado de la salud de la mujer en la zona norte de Guayaquil.”

1.8.5 Marco Lógico

Tabla 1 Marco Lógico

	Lógica de Intervención	Indicadores Objetivamente Verificables	Fuentes y Medios de Verificación	Supuestos
Objetivo General	Conocer la factibilidad de crear un gimnasio especializado en la mujer en la ciudad de Guayaquil.	Ingresos mayores a los costos	TIR y VAN	Fomentar en ejercicio y la actividad deportiva en la mujer.
Objetivos Específicos	<ul style="list-style-type: none"> • Investigar el mercado femenino de Guayaquil en cuanto a tendencias de práctica deportiva y cuidado de la salud. • Identificar quienes serían las clientas potenciales del gimnasio. • Determinar el lugar idóneo en Guayaquil para la puesta en marcha del gimnasio. 	<ul style="list-style-type: none"> • Disminución de sedentarismo y problemas de salud como obesidad. • Cambios en las actitudes, gustos y preferencias de las mujeres. • Análisis de Costos de la implementación del gimnasio. 	<ul style="list-style-type: none"> • Reportes e Informes por parte del Ministerio de Salud y Deportes • Entrevistas a profundidad. • Análisis de Mercado. 	<ul style="list-style-type: none"> • Descubrir nuevas tendencias de práctica deportiva y cuidado de la salud. • Aumentar el portafolio de clientas. • Aumentar el número de sucursales en la ciudad.
Resultados Esperados	<ul style="list-style-type: none"> • Identificar el mercado potencial para el gimnasio. 	Mujeres que realizan alguna práctica deportiva en sus hogares, parques o centros especializados.	Encuestas especializadas a la mujer.	Demostrar la necesidad latente en las mujeres de tener un espacio especializado en ellas.
Actividades a Desarrollar	<ul style="list-style-type: none"> • Estudio de mercado. • Plan de marketing. • Análisis financiero. 	<ul style="list-style-type: none"> • Investigaciones y encuestas. • Proyección de ventas. • Estados financieros 	<ul style="list-style-type: none"> • Resultados de las encuestas. • Incremento de las suscripciones al gimnasio. • Van, Tir, Payback period. 	<ul style="list-style-type: none"> • Obtener resultados favorables para la empresa. • Lograr una buena comunicación de la imagen de la empresa. • Obtener un retorno favorable para la empresa para así llevarla a un éxito financiero.

Elaborado por: La Autora Fuente: Investigación

“Propuesta para la creación de un gimnasio dedicado al cuidado de la salud de la mujer en la zona norte de Guayaquil.”

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

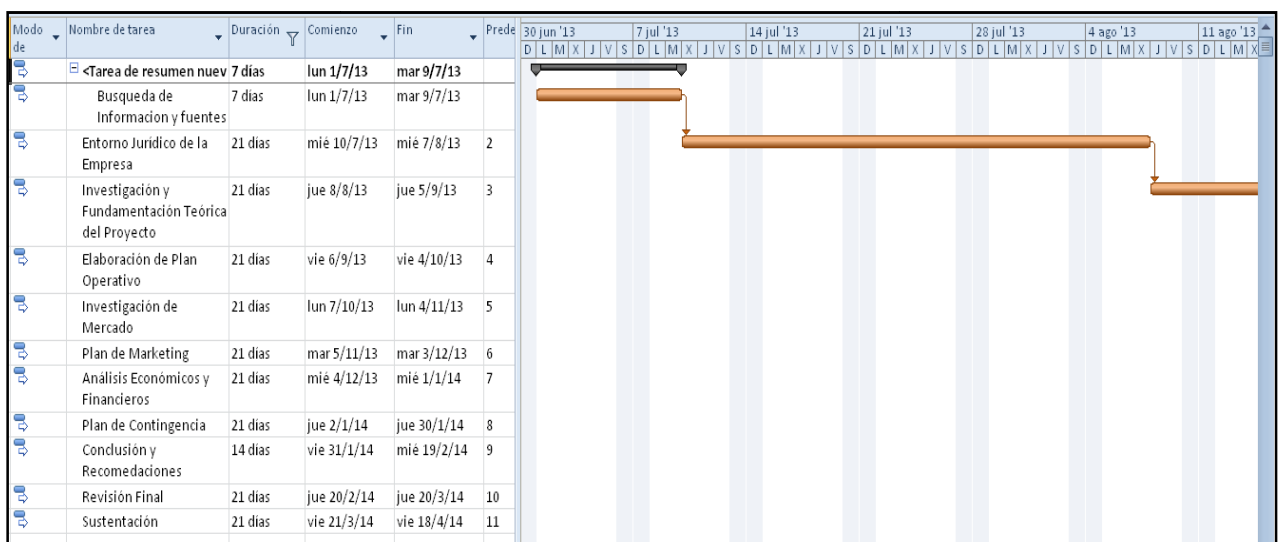
La hipótesis planteada para la elaboración del presente trabajo de titulación es: La ciudad de Guayaquil tienen la demanda necesaria para la operación diaria del negocio, impartiendo tendencias acorde a las necesidades exigido por el mercado, contando con una ubicación accesible para las clientas y que pueda cubrir los costos y gastos que genere el mismo.

De acuerdo a la hipótesis arriba expresada se establecen las siguientes preguntas de investigación:

- ¿Está el mercado Guayaquileño listo para este tipo de negocios?
- ¿Existe una tendencia de práctica deportiva y cuidado de salud en las mujeres Guayaquileñas?
- ¿Qué lugar de Guayaquil sería el óptimo para la puesta en marcha del gimnasio?
- ¿El lanzamiento y puesta en marcha de un gimnasio para la mujer será financieramente y técnicamente factible?

1.10 Cronograma

Ilustración 1 Cronograma



Elaborado por: La Autora Fuente: Investigación

“Propuesta para la creación de un gimnasio dedicado al cuidado de la salud de la mujer en la zona norte de Guayaquil.”

CAPÍTULO 2

DESCRIPCIÓN DEL NEGOCIO

“Propuesta para la creación de un gimnasio dedicado al cuidado de la salud de la mujer en la zona norte de Guayaquil.”

CAPÍTULO 2

2. DESCRIPCIÓN DEL NEGOCIO

2.1 Análisis de la Oportunidad

Los gimnasios femeninos se imponen en el sector del cuidado personal, el deseo de verse y sentirse bien, además a esto se suman al sentido de bienestar y salud. De esta manera, el número de clientas potenciales aumenta al considerar desde amas de casa que quieren mantenerse en forma, hasta profesionistas que quieren liberar estrés a través del ejercicio.

Asimismo el hecho de ejercitarse trasciende de lo estético a lo saludable. De acuerdo con la OMS la obesidad está declarada como la epidemia global del siglo 21 y se estima que en Ecuador para el 2015 el 21.7% de las mujeres sufran de esta enfermedad. (Sano Obesidad Center, 2013)

2.1.1 Descripción de la Idea de Negocio

La propuesta contempla crear un gimnasio especializado en la mujer, contará con personal especializado en las diferentes áreas de la industria fitness que ayudarán a las clientas a obtener los resultados deseados.

El gimnasio atenderá a mujeres de entre 15 años que es la edad en que las mujeres comienzan a cuidar su estado físico hasta los 50 años ya que a partir de los 30 años la cantidad de grasa corporal aumenta y puede llegar a aumentar hasta un 30%. (Medline Plus, 2013)

Para poder obtener un mejor posicionamiento en la mente del consumidor se van a crear alianzas con empresas para poder formar paquetes especiales para sus empleadas y así fomentar su interés en la vida fitness y darnos a conocer en el mercado.

2.1.2 Descripción de la Idea de Producto o Servicio

Lo que se propone con este trabajo es crear un lugar donde la mujer pueda tener su espacio y privacidad. Es decir se contará con colores cálidos y música relajante además de los espacios para el maquillaje y el aseo personal.

“Propuesta para la creación de un gimnasio dedicado al cuidado de la salud de la mujer en la zona norte de Guayaquil.”

Con salones distribuidos por tipo de ejercicio se ofrecerá musculación, spinning, pilates, y baile, entre otras actividades. Además de la nueva rutina llamada kangoo jumps, una clase donde cada alumna usa botas que tienen un sistema de amortiguación, para evitar el impacto de los rebotes. Se contará con entrenadores personales especialistas en moldear la figura femenina, así como de un nutricionista para el control y asesoría nutricional.

2.2 Misión, Visión y Valores de la Empresa

Misión:

Ser una empresa dedicada al cuidado fitness de la mujer, en donde se brinda un lugar de confort y apoyo, utilizando espacios y herramientas especializadas para cuidar su salud e imagen personal.

Fomentar en las mujeres que vivan en Guayaquil la cultura fitness que ayude a mantenerlas en un buen estado tanto físico como emocional.

Visión:

Ser consideradas como la mejor opción en entrenamiento y cuidado integral de la mujer.

Valores de la Empresa:

- **Honestidad:** Brindar siempre honestidad a la clientela para así obtener un ambiente de confianza.
- **Ética:** Actuar de manera correcta siempre cuidando que la cliente y la empresa no salgan afectadas de ningún tipo de problema.
- **Confidencialidad:** No divulgar ningún tema personal de alguna cliente.

2.3 Objetivos de la Empresa

2.3.1 Objetivo General

Ofrecer un servicio de la más alta calidad a las mujeres de Guayaquil en sector fitness.

2.3.2 Objetivos Específicos

- Recuperar la inversión hecha en el gimnasio en el quinto año de operación del negocio.
- Incrementar un 5% por año las ventas del negocio.

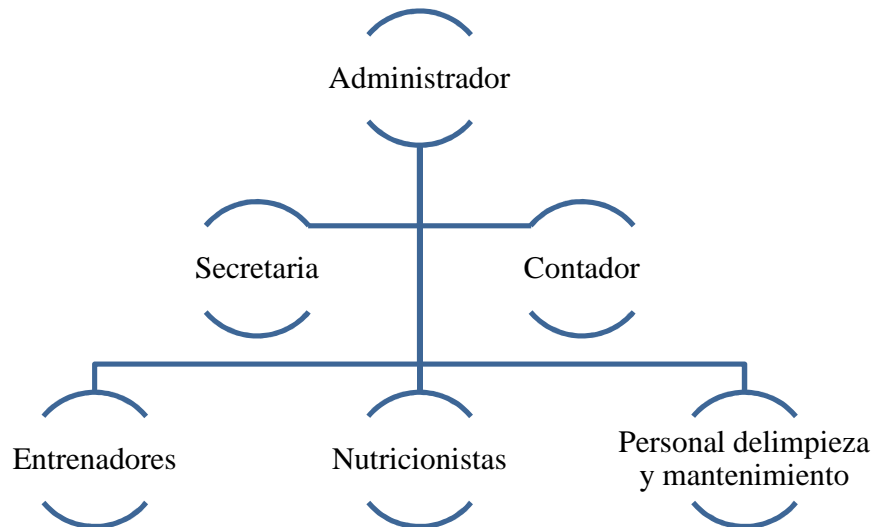
“Propuesta para la creación de un gimnasio dedicado al cuidado de la salud de la mujer en la zona norte de Guayaquil.”

- Tener una participación del mercado del 5% en los primeros 5 años del negocio.

2.4 Estructura Organizacional

2.4.1 Organigrama

Ilustración 2 Organigrama



Creado por: La Autora **Fuente:** Investigación

2.4.2 Desarrollo de Cargos y Perfiles por Competencias

- **Administrador:** Profesional graduado de Ing. en Desarrollo de Negocios Bilingüe, Ing. Comercial, Gestión empresarial o carreras afines que tenga 2 años de experiencia en cargos similares de sexo indefinido que lleve la administración y buen desarrollo de la empresa. Vacantes 1
- **Secretaria:** Profesional graduado de Administración de Empresas, Ing. Comercial o carreras afines de sexo femenino que lleve la contabilidad del gimnasio y ayude a la supervisión del mismo. Vacantes 1
- **Limpieza y Mantenimiento:** Bachiller de sexo femenino encargado del mantenimiento y limpieza del gimnasio y de sus máquinas y utensilios u objetos para la práctica fitness. Vacantes 2.

“Propuesta para la creación de un gimnasio dedicado al cuidado de la salud de la mujer en la zona norte de Guayaquil.”

- **Entrenadores Personales:** Profesional graduado de Educación Física o carreras a fines de sexo femenino que tenga conocimientos de rutinas de ejercicios y prácticas fitness. Vacantes 4.
- **Nutricionistas:** Profesional graduado de Nutrición o carreras a fines de sexo femenino encargado de llevar un control del régimen alimenticio de las clientas y brindar consejos a las mismas sobre nutrición. Vacantes 1

Además se contratará a un Contador ya sea hombre o mujer el cual será contratado solo 2 veces al año para que realice los estados financieros de la empresa.

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

Tabla 2 Manual de Funciones

Cargo	Nivel de Mando	Interacción Áreas	Responsabilidades	Derechos
Administrador	Primario	Todas las áreas	Responsable de la toma de decisiones y planeación en cuanto a temas administrativos, talento humano y mercadeo	Establecer objetivos y determinar reglas de trabajo dentro de la empresa. Sueldo Fijo más beneficios de ley
Secretaria	Secundario	Todas las áreas	Hacer seguimiento a los empleados y mantener informes de lo sucedido en la empresa.	Sueldo fijo más beneficios de ley. Pago horas extras y bonos
Contador	Secundario	Todas las áreas	Preparar los estados financieros de la empresa y reportes varios.	Pago por sus servicios vía factura.
Personal de Limpieza y Mantenimiento	Secundario	Todas las áreas	Mantener el establecimiento limpio cuidando la imagen de la empresa y que las clientas se sientan cómodas. Verificación de que las maquinas se encuentren en buen estado	Sueldo fijo más beneficios de ley. Pago horas extras y bonos
Entrenadores Personales	Secundario	Todas las áreas	Crear las rutinas de ejercicios para cada clienta, dar las clases de fitness y cuidado personal. Brindar asesoría	Sueldo fijo más beneficios de ley. Pago horas extras y bonos

“Propuesta para la creación de un gimnasio dedicado al cuidado de la salud de la mujer en la zona norte de Guayaquil.”

Nutricionistas	Secundario	Todas las áreas	Llevar un control del peso y medidas de la clientas antes, durante y después de entrar al gimnasio. Brindar asesoría.	Sueldo fijo más beneficios de ley. Pago horas extras y bonos
-----------------------	------------	-----------------	---	--

Creado por: La Autora **Fuente:** Investigación

“Propuesta para la creación de un gimnasio dedicado al cuidado de la salud de la mujer en la zona norte de Guayaquil.”

CAPÍTULO 3

ENTORNO JURÍDICO DE LA EMPRESA

“Propuesta para la creación de un gimnasio dedicado al cuidado de la salud de la mujer en la zona norte de Guayaquil.”

3. ENTORNO JURÍDICO DE LA EMPRESA

3.1 Aspecto Societario de la Empresa

3.1.1 Generalidades (Tipo de Empresa)

La compañía nace bajo el nombre comercial “Miss GymCia. Ltda.” y surge debido a la necesidad de las mujeres de la zona norte de Guayaquil de tener un ambiente de ejercicio que sea agradable y práctico, donde ellas puedan asistir y sentirse cómodas al realizar sus actividades físicas.

La compañía efectuará sus operaciones comerciales durante cinco años contados a partir de la fecha de inscripción del contrato en el registro mercantil.

Con domicilio en la ciudad de Guayaquil el objeto principal de la compañía es prestar el servicio exclusivo para las mujeres.

3.1.2 Fundación de la Empresa

Miss Gym será inscrita en el registro mercantil mediante escritura pública con autorización de la superintendencia de compañías como una empresa de responsabilidad limitada debido que está orientada a ser una empresa familiar donde sus socios buscan proteger su patrimonio e intereses.

3.1.3 Capital Social, Acciones y Participaciones

Miss Gym comenzará sus actividades comerciales con 4 socios y un capital de \$800 dividido 80 participaciones de \$10 cada una repartidas de la siguiente manera:

Tabla 3 Capital Social, Acciones y Participaciones

CAPITAL SOCIAL		
A	\$ 400,00	50%
B	\$ 200,00	25%
C	\$ 104,00	13%
D	\$ 96,00	12%
TOTAL	\$ 800,00	100%

Creado por: La Autora **Fuente:** La Investigación

De existir algún socio el cual desee terminar su relación con Miss Gym la transferencia o venta de sus participaciones deberá ser aprobada por todos los socios de manera unánime tal como lo estipula el artículo 113 de la Ley de Compañías. (Ley de Compañías, 2013)

“Propuesta para la creación de un gimnasio dedicado al cuidado de la salud de la mujer en la zona norte de Guayaquil.”

3.1.4 Juntas Generales de Accionistas y-o Socios

De acuerdo a lo estipulado en el artículo 119 de la Ley de Compañías las juntas ordinarias se realizarán durante los primeros tres meses del año, de no suceder así se llevarán a cabo en el mes próximo. Por su parte las juntas extraordinarias las cuales su motivo de existencia es para tratar otros temas de interés para la compañía podrán ser convocadas en cualquier momento del año.(Ley de Compañías, 2013)

Tanto las juntas ordinarias como extraordinarias deberán ser convocadas por escrito y publicadas con al menos 8 días de anticipación en uno de los diarios de mayor circulación de la ciudad de Guayaquil.

Luego de realizarse la primera convocatoria la junta general podrá instalarse siempre que cuente con el cincuenta por ciento más uno del total del capital social, de no ser así la junta quedará cancelado y se procederá a convocar por segunda vez en la cual la misma empezará sin importar el porcentaje de participantes presentes.

En toda junta se realizará un acta escrita en donde se detallarán los asistentes y las decisiones o resoluciones tomadas en dicha junta, posterior a eso se enviará una copia a todos los socios.

3.1.5 Compañías Extranjeras (opcional)

Este punto no aplica por cuanto Miss Gym Cia. Ltda. no es una compañía extranjera, pero para un mejor conocimiento en el artículo 145 de la Ley de Compañías se detalla los requerimientos que necesitan cumplir aquellas compañías no constituidas dentro del territorio ecuatoriano.

3.1.6 Compañías que Cotizan en Bolsa de Valores (opcional)

Al ser Miss Gym una compañía de responsabilidad limitada no está permitida a cotizar en la bolsa de valores según los requisitos de la Bolsa de Valores de Quito, dicho esto el actual punto no aplica para la ejecución de la compañía.

3.2 Aspecto Laboral de la Empresa

3.2.1 Generalidades

En sus inicios la compañía contará con 11 empleados los cuales gozarán con todos los derechos y obligaciones estipulados en el código de trabajo y tendrán

“Propuesta para la creación de un gimnasio dedicado al cuidado de la salud de la mujer en la zona norte de Guayaquil.”

contratos tanto fijos como de modo de prueba. Miss Gym contará con 4 áreas distribuidas de la siguiente manera:

- Administrativo
- Limpieza y Mantenimiento
- Nutrición
- Fitness.

3.2.2 Mandato Constituyente #8

El mandato constituyente N°8 del Ministerio de Relaciones Laborales suprime la tercerización de servicios complementarios, la intermediación laboral y la contratación por horas. Los empleados de Miss Gym serán todos contratados con todos los derechos que manda la ley y ellos atenderán todas las necesidades de la compañía.(Ministerio de Relaciones Laborales, 2012)

3.2.3 Tipos de Contrato de Trabajo

Miss Gym tendrá dos tipos de contrato; contrato de tiempo fijo y contrato por tiempo de prueba y serán realizados respetando el reglamento de la compañía y los artículos de la ley de relaciones laborales.

En el caso de terminó del contrato por parte de alguno de los empleados de la compañía se necesita un previa notificación de 15 días a la empresa y si la separación se da por parte del empleador se debe notificar con 30 días de anticipación al empleado

3.2.4 Obligaciones del empleador

De acuerdo al artículo 42 del código de Código de Trabajo son obligaciones del empleador los siguientes enunciados:

- Celebrar un contrato laboral con el empleado.
- Afiliar al empleado al IESS desde el primer día de trabajo inclusive si se trata de un trabajador con contrato a prueba.
- Otorgar a los empleados los beneficios de ley como vacaciones, utilidades, décimo tercero y cuarto.
- Pagar horas extras y suplementarias.
- Pagar un sueldo que sea igual o mayor al básico vigente

“Propuesta para la creación de un gimnasio dedicado al cuidado de la salud de la mujer en la zona norte de Guayaquil.”

- Asumir el porcentaje que le corresponde al empleador por pago de seguro social.

(Código de Trabajo, 2013)

3.2.5 Décimo Tercera y Décimo Cuarta Remuneración

De acuerdo a la Ley de Relaciones Laborales el décimo tercer sueldo consiste en el pago de la doceava parte de las remuneraciones que hubiere recibido un empleado entre el 1 de diciembre de un año hasta el 30 de noviembre del siguiente año, el mismo debe pagarse hasta el 15 de diciembre de cada año.

Por su parte el décimo cuarto sueldo corresponde al pago de un sueldo básico unificado (\$340) a pagarse los primeros 15 días del mes de marzo de cada año.(Ministerio de Relaciones Laborales, 2012)

3.2.6 Fondo de Reserva y Vacaciones

De acuerdo al artículo 146 del código todo trabajador que preste servicios por más de un año tiene derecho a que el empleador le abone una suma equivalente a un mes de sueldo o salario por cada año completo posterior al primero de sus servicios, estas sumas constituirán su fondo de reserva o trabajo capitalizado.

El artículo 69 del código de trabajo precisa que todo trabajador tendrá derecho a gozar anualmente de un periodo ininterrumpido de quince días de descanso, incluidos días no laborales una vez que hubieren prestado servicios por un año. Una vez que el empleado haya cumplido 5 años laborando en la misma empresa tendrá derecho a gozar un día de vacaciones adicional por cada uno de los años excedentes.(Código de Trabajo, 2013)

3.2.7 Asociaciones de Trabajadores

Este punto no es aplicable para Miss Gym ya que de acuerdo al artículo 443 del código de trabajo para efecto de la constitución de asociaciones profesionales o sindicatos debe contar con no menos 30 empleados y la nómina de Miss Gym no supera los 11 empleados.(Código de Trabajo, 2013)

“Propuesta para la creación de un gimnasio dedicado al cuidado de la salud de la mujer en la zona norte de Guayaquil.”

3.2.8 Inserción de Discapacitados a Puestos de Trabajo

Miss Gym no aplicará este literal ya que no cumple con el mínimo de empleados necesarios (25 empleados) para la contratación de personal discapacitado.(Código de Trabajo, 2013)

3.3 Contratación Civil

3.3.1 Principios Básicos de la Contratación

El contrato de trabajo es un convenio en el cual una persona se compromete con otra a prestar sus servicios lícitos o personales por una remuneración fijada. (Código de Trabajo, 2013)

3.3.2 Contratos de Prestación de Servicios

El contrato de prestación de servicios se celebrará entre Miss Gym S.A. y LifeFitness con la cual se busca garantizar descuentos en las tarifas de los productos y maquinarias que formarán parte del gimnasio.

Con el contrato de prestación de servicios se genera un compromiso entre ambas partes en donde por una inversión se garantizan beneficios para ambas partes.

3.3.3 Principales Cláusulas de los Contratos de Prestación de Servicios

Las principales Cláusulas del contrato de prestación de servicio son:

- **Intervinientes:** Se detalla que personas naturales o jurídicas van a celebrar el contrato de prestación de servicios.
- **Objeto:** El objeto es la razón por la cual se está celebrando el contrato.
- **Precio:** Es el pago pactado por los servicios recibidos.
- **Plazo o duración:**En este inciso se detalla el plazo máximo en el que el servicio debe prestarse o el periodo de vigencia del contrato.
- **Resolución del contrato:**Se especifica que si por cualquier motivo una de las partes no cumple con lo pactado la otra puede rescindir el contrato.
- **Confidencialidad:**Las partes se comprometen a no divulgar la información confidencial de los intervinientes.

“Propuesta para la creación de un gimnasio dedicado al cuidado de la salud de la mujer en la zona norte de Guayaquil.”

- **Solución de Controversias:** Se estipula que en el caso de surgir inconformidades o discrepancias entre las partes en la cual las mismas no pudiesen llegar a una solución amistosa deberán someterse a un proceso de arbitraje y conciliación.

3.3.4 Soluciones Alternativas para Solución de Conflictos: Arbitraje y Mediación

Tal como lo estipula la cláusula de controversias del contrato de prestación de servicios de surgir inconformidades o discrepancias entre las partes en la cual las mismas no pudiesen llegar a una solución amistosa deberán someterse a un proceso de arbitraje a un proceso de arbitraje en el Centro de Arbitraje y Conciliación de la Cámara de Comercio de Guayaquil.(Centro de Arbitraje y Conciliación, 2014)

3.3.5 Generalidades de la Contratación Pública

De incursionar Miss Gym S.A. en la contratación pública debe cumplir con los siguientes requisitos:

- Solicitud de registro que incluya una dirección de correo electrónico.
- Estatutos sociales o escritura de constitución
- Convenio a través del cual se establezca el aporte público, de existir este
- De no verificarse el aporte público en los estatutos o en el convenio, deberá presentarse el balance, estados de cuenta o cualquier otro documento a través del cual se verifique el aporte del Estado.
- Formulario de Registro como entidad contratante, impreso del Portal www.compraspublicas.gob.ec y suscrito por el representante legal.
- Acuerdo de Responsabilidad impreso del Portal www.compraspublicas.gob.ec, suscrito por el representante legal.
- Acto decisorio suscrito por el representante legal, designando los usuarios autorizados para operar el Portal.
- Copia del Registro Único de Contribuyentes, RUC.
- Copia del nombramiento del representante legal.
- Copia de cédula de ciudadanía y certificado de votación vigente del representante legal.

“Propuesta para la creación de un gimnasio dedicado al cuidado de la salud de la mujer en la zona norte de Guayaquil.”

- Copia del contrato de cada uno de los usuarios creados y autorizados en el literal.
- Copia de cédula de ciudadanía y certificado de votación vigente de cada uno de los usuarios creados y autorizados en el literal anterior.

(Portal de Compras Públicas, 2013)

3.3.6 Contrato de Confidencialidad

Debido a que cada contrato celebrado entre proveedores/empleados y Miss Gym S.A. contiene una cláusula de confidencialidad no es necesario crear un contrato para ello.

3.4 Políticas de Buen Gobierno Corporativo

3.4.1 Código de Ética

Miss Gym S.A. contará un código de ética en donde se estipularán reglas que regirán y contralarán los actos de los empleados dentro de la empresa. El mismo será elaborado por personal de la empresa para así tener igualdad en los derechos y deberes de cada persona, el mismo será publicado para conocimiento de todo el personal.

3.4.2 Indicadores de Gestión

Tabla 4 Indicadores de Gestión

Objetivo	Aplicación	Frecuencia	Fuente	Meta	Variación	Responsable
Crear un buen ambiente laboral dentro de la empresa	Determinar si los empleados se encuentran satisfechos con los parámetros internos de la empresa	Mensual	Encuesta de opinión	100%	100% - 90% = excelente	Gerente General
					89% - 75% = aceptable	
					74% - 65% = menos que aceptable	
					menos de 65% = inaceptable	
Aumentar el número de personas impactadas con las promociones realizadas	Determinar si la inversión realizada en las promociones están	Anual	Estados financieros de la empresa	5	5 = excelente	Gerente General
					3 - 4 = aceptable	
					1 - 2 = menos que aceptable	

“Propuesta para la creación de un gimnasio dedicado al cuidado de la salud de la mujer en la zona norte de Guayaquil.”

	resultando efectivas				0 = inaceptable	
Diversificar los servicios ofrecidos por la empres	Determinar el número de alianzas que realiza la empresa y su relevancia.	Anual	Reportes	3	3 o más = excelente	Gerente General
					2 - 1 = aceptable	
					0 = inaceptable	

Creado por: La Autora **Fuente:** La Investigación

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

La Política salarial de Miss Gym establece que todos los empleados recibirán sus sueldos pagados en quincena y fin de mes además gozarán de todos los beneficios que por ley le corresponden como decimos y vacaciones según lo establecido en el Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social.

3.4.4 Políticas de Comunicación: Canales y Frecuencia de Comunicación

Las políticas de comunicación de Miss Gym se dan de dos tipos interna que se da para poder mantener un ambiente agradable en la empresa y el externo para afianzar las relaciones con los clientes y proveedores. A continuación se detalla las políticas de comunicación:

Tabla 5 Políticas de Comunicación

	Estrategia	Acciones	Métodos de Comunicación	Tiempo de Ejecución
Externa	Fidelizar a los clientes	Promociones y descuentos en Tarifas	Mailing y afiches	Trimestral
	Promover la imagen de la empresa	Promover la publicidad en Redes Sociales y boca a boca	Mailing y redes sociales	Diario-Semanal
Externa	Contactos Personales	Sensibilizar las relaciones personales y de negocios con los trabajadores	Buzón de sugerencias y reuniones laborales	Semanal-Mensual
	Contactos Masivos	Implementar una red de comunicación propia de la empresa para empleados	Página web, boletines, e-mail y circulares	Diario-Semanal-Mensual

Creado por: La Autora **Fuente:** La Investigación

“Propuesta para la creación de un gimnasio dedicado al cuidado de la salud de la mujer en la zona norte de Guayaquil.”

3.5 Propiedad Intelectual

3.5.1 Registro de Marca

Tanto el logo como slogan y demás símbolos distintivos de Miss Gymserán registrados en el Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual para así velar por la integridad, identidad y derechos de la empresa y sus socios a usar legalmente los símbolos distintivos de la empresa.

3.5.2 Manual de Procesos Productivos

Miss Gym no contará con procesos productos ya que su labor es brindar un servicio premium.

3.5.3 Derecho de Autor del Proyecto

El presente trabajo de titulación “Propuesta para la creación de un gimnasio dedicado al cuidado de la salud de la mujer en la zona norte de Guayaquil.” está protegido bajo el derecho de autor solo con el hecho de haber sido creado y publicado.

3.5.4 Patente y-o Modelo de Utilidad (opcional)

Este punto no será desarrollado ya que la empresa no ha creado ni modificado ningún proceso o modelo de utilidad que deba ser patentado.

3.5.5 Seguros

Los seguros detallados a continuación fueron cotizados con la aseguradora Seguros Unidos.

3.5.6 Incendio

Este tipo de póliza sirve como respaldo de pérdidas y daños materiales causados por incendio en los bienes asegurados. La suma de los valores de los muebles y equipos de oficina no supera el mínimo a asegurar por lo que se pagará la póliza mínima que es de \$50.(Seguros Unidos, 2014)

3.5.7 Robo

Este tipo de póliza sirve como respaldo para pérdidas materiales por causa de robo o asalto. La póliza cubrirá las pérdidas producto de robo por la entrada ilegal al local asegurado. Los valores de los bienes asegurados, muebles y equipos de oficina,

“Propuesta para la creación de un gimnasio dedicado al cuidado de la salud de la mujer en la zona norte de Guayaquil.”

no supera el mínimo a asegurar por lo que se pagará la póliza mínima que es de \$150.(Seguros Unidos, 2014)

3.5.8 Fidelidad

Este seguro no será contratado por Miss Gymdevido a que es una empresa en desarrollo.

3.5.9 Buen Uso de Anticipo y Cumplimiento de Contrato

Como en los contratos ya se establece una cláusula de cumplimiento de contrato, Miss Gymno incurrirá en la contratación de este seguro.

3.5.10 Maquinarias y Equipos

Este seguro cubre las máquinas y equipos especificados en una lista que estén trabajando o no, en reparación o limpieza por lo tanto la empresa asegurará sus equipos electrónicos: 0.80% fijos.

3.5.11 Materia Prima y Mercadería

Miss Gymno incurrirá en este contrato por cuanto no manejan mercadería ni procesos productivos que involucre materia prima.

3.6 Presupuesto

Tabla 6 Presupuesto

INVERSIÓN DIFERIDA			
#	Descripción	Costo Mensual	Costo Total
SEGUROS			
1	Prima Incendio	\$ 50,00	\$ 50,00
1	Prima Robo	\$ 150,00	\$ 150,00
TOTAL			\$ 200,00
GASTOS DE CONSTITUCIÓN			
1	Gastos de Constitución - CCG	\$ 600,00	\$ 600,00
1	Registro de Logo	\$ 116,00	\$ 116,00
1	Permiso y Certificado Sanitario	\$ 30,00	\$ 30,00
1	Pago Cuerpo de Bomberos	\$ 15,00	\$ 15,00
TOTAL			\$ 761,00
GASTOS PRE-OPERATIVOS			
1	Gastos de Lanzamiento	\$ 600,00	\$ 1.000,00
1	Gastos de Instalación	\$ 500,00	\$ 200,00
TOTAL			\$ 1.200,00
TOTAL INVERSIÓN DIFERIDA			\$ 2.161,00

Creado por: La Autora **Fuente:** La Investigación

“Propuesta para la creación de un gimnasio dedicado al cuidado de la salud de la mujer en la zona norte de Guayaquil.”

CAPÍTULO 4

AUDITORÍA DE MERCADO

“Propuesta para la creación de un gimnasio dedicado al cuidado de la salud de la mujer en la zona norte de Guayaquil.”

CAPÍTULO 4

4. AUDITORÍA DE MERCADO

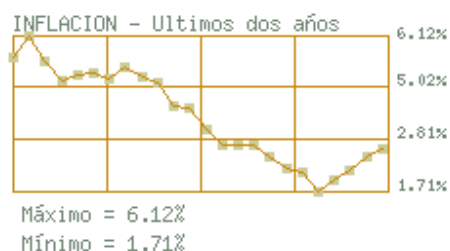
4.1 PEST

La compañía será analizada de manera macro a través del análisis PEST. Como primer punto la política del Ecuador se maneja a través de la democracia, su presidente actual es el Econ. Rafael Correa el mismo que desde su elección ha modificado varias leyes del estado entre las cuales tenemos la restricción de importaciones como medida para hacer frente a la crisis financiera internacional lo cual afecto a 647 subpartidas.

La reforma a la ley de comunicación es otro punto que afecta a todas las industrias del país debido a que anteriormente la elaboración de piezas publicitarias y material P.O.P para la promoción de las empresas podían ser tomados de bancos de imágenes extranjeras las cuales resultaban a costos bajos y ayudaban a la rentabilidad de las empresas, actualmente cualquier producción para ser utilizado como pieza publicitaria debe ser realizado con recursos del Ecuador lo cual genera un gasto mayor en este punto.

En el ámbito económico la inflación en el país al 31 de enero 2014 fue de 2.90%, menor a su similar del 2013 que fue de 4.10%.

Ilustración 3 Inflación



Creado por: INCE **Fuente:** INEC

La tasa activa a enero 2014 se mantiene en 8,17% al igual que la pasiva en 4,53%, mientras que el PIB a Septiembre del 2013 ha aumentado a 13,90%.

“Propuesta para la creación de un gimnasio dedicado al cuidado de la salud de la mujer en la zona norte de Guayaquil.”

Ilustración 4 Tasa Activa



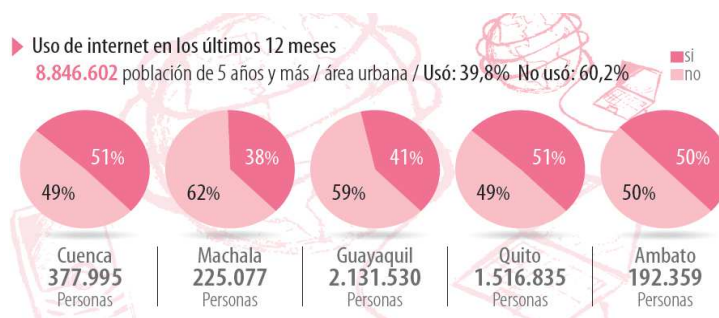
Creado por: INCE Fuente: INEC

La tasa de desempleo a diciembre 2013 es del 4,86%(BCE, 2014)siendo inferior al promedio de américa latina (6,2%), lo cual nos demuestra que el Ecuador tiene un menor nivel de desocupación entre las personas económica mente activas. (Organización Internacional del Trabajo, 2012)

En lo social en el Ecuador desde el 2009 que se encuentra vigente el Plan del Buen Vivir se han visto cambios positivos en el entorno social que con sus doce objetivos buscan promover la igualdad y mejorar la calidad de vida, el objetivo número 3 busca mejorar la calidad de vida de la población, con el que se busca brindar atención integral a las mujeres y demás grupos de atención prioritaria y busca triplicar el porcentaje de personas que realizan actividades físicas más de 3.5 horas a la semana. (SENPLADES, 2009)

Del total de habitantes que tiene el Ecuador tan solo el 39.8% usan internet y se encuentra dividido por ciudad de la siguiente manera:

Ilustración 5 Uso de Internet

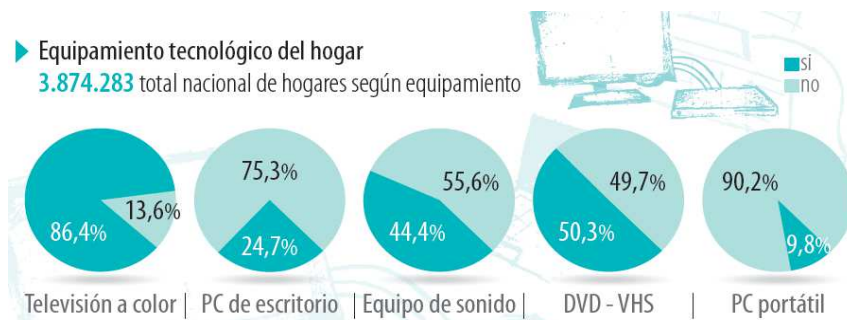


Creado por: INEC Fuente: INEC

“Propuesta para la creación de un gimnasio dedicado al cuidado de la salud de la mujer en la zona norte de Guayaquil.”

Por hogar el equipamiento más utilizado es el televisor seguido por el DVD y el equipo de sonido tal como lo muestra la siguiente ilustración.(INEC, 2011)

Ilustración 6 Internet en el Hogar



Creado por: INEC Fuente: INEC

De acuerdo al Reporte Global de Tecnología del Foro Económico Mundial el Ecuador se encuentra en el puesto número 108 de 138 países de los países que le sacan beneficio a las tecnologías de información y comunicaciones (TIC), como internet, móviles y otros. (Diario Hoy, 2011)

De acuerdo a esto la implementación de internet en el país todavía no es bien explotado como idea de negocio ya sea por la falta de especialistas o la poca cultura informática, a pesar de esto actualmente las redes sociales y páginas de entretenimiento son las más utilizadas y las que mayor rentabilidad les brinda a las empresas abaratando costos y teniendo un alcance a nivel nacional e internacional.

4.2 Macro, Meso y Micro

El siguiente trabajo de titulación analizará de manera macro al Ecuador ya que es el territorio de donde se va a dar el negocio, de acuerdo al Global Entrepreneurship Monitor (GEM Ecuador) el Ecuador en el 2012 obtuvo un Índice de Actividad Emprendedora Temprana (TEA) de 26.6% con lo cual mantiene el crecimiento que ha tenido en los últimos 3 años; lo que significa que 1 de cada 4 adultos comenzaron una actividad emprendedora. (GEM ECUADOR, 2012)

En el ámbito micro la empresa se desarrollara en el sector de la industria fitness, enfocando sus actividades al cuidado físico y mental de las mujeres de la

“Propuesta para la creación de un gimnasio dedicado al cuidado de la salud de la mujer en la zona norte de Guayaquil.”

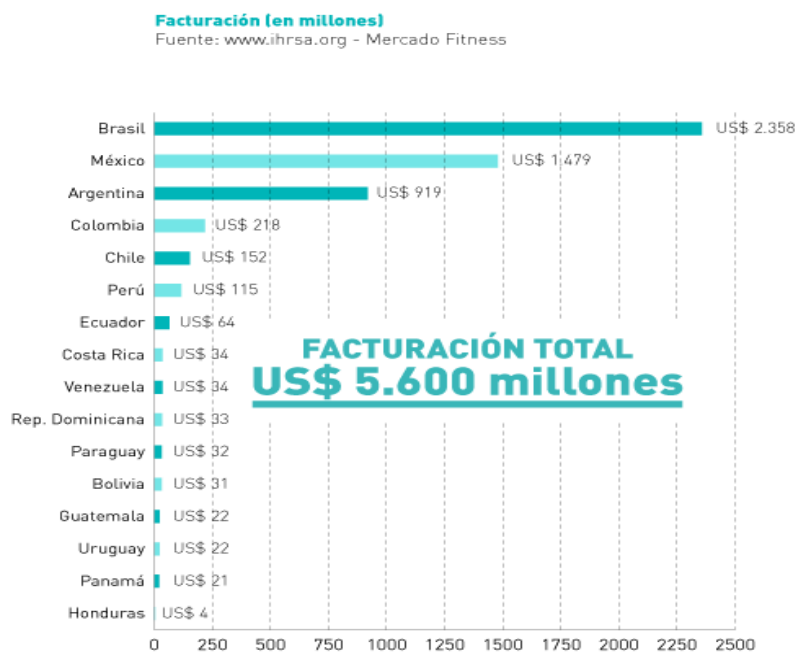
ciudad de Guayaquil ofreciendo un lugar en donde las mismas puedan acudir a realizar sus actividades fitness acompañado de asesoramiento nutricional.

El análisis micro de la compañía en un principio tomará lugar en la Cdla. Vernaza Norte zona norte de Guayaquil, que es un lugar que reúne muchos sectores empresariales y donde el tráfico de personas es medio típico, medio alto.

4.3 Atractividad de la Industria: Estadísticas de Ventas, Importaciones y Crecimientos en la Industria

A nivel de Latinoamérica la industria fitness movió \$5.6 millones en el último año de los cuales Ecuador se encuentra en el puesto número 7 en el ranking por ingresos tal como lo demuestra el siguiente cuadro:

Ilustración 7 Facturación



Creado por: Mercado Fitness **Fuente:** Mercado Fitness

Además debido a la demanda de establecimientos fitness en el país las importaciones de insumos deportivos ha ido en aumento desde el 2008 hasta el 2012.

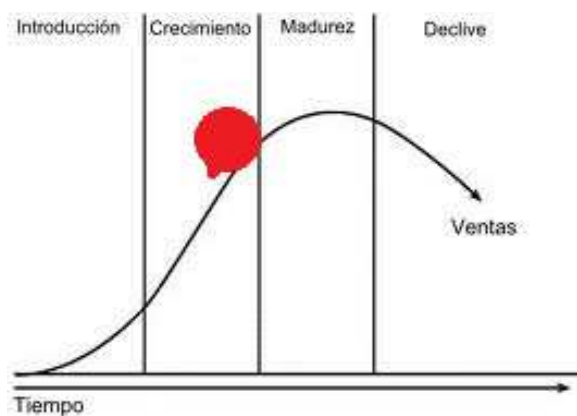
“Propuesta para la creación de un gimnasio dedicado al cuidado de la salud de la mujer en la zona norte de Guayaquil.”

4.4 Análisis del Ciclo de Vida del Mercado

El mercado actualmente se encuentra en la fase de crecimiento, desde hace 5 años la cantidad de centros fitness en Guayaquil paso de 30 a 300 aumentando más del 100% en cantidad de locales; por otro lado el aumento del flujo de personas que asisten a estos lugares; sean estos deportistas o no; paso de 100 a 1.800 personas por mes.

El negocio ha comenzado a ser tan llamativo que hoy en día los empresarios ya no se centran en dar solo el servicio fitness sino que expandieron su cartera de productos con venta de maquinaria, ropa, accesorio, etc.(Diario Hoy, 2012)

Ilustración 8Ciclo de Vida del Mercado



Creado por: La Autora **Fuente:** La investigación

4.5 Matriz BCG

Dentro de la matriz BCG la compañía se situará en el cuadrante de incognito ya que su participación en el mercado es nueva. A pesar de ellos actualmente los centros fitness como gimnasios y centros especializados en rutinas de ejercicios se encuentran en el cuadrante estrella debido a la gran demanda que tiene y que va creciendo con el paso del tiempo y el importante share de mercado que cuentan.

“Propuesta para la creación de un gimnasio dedicado al cuidado de la salud de la mujer en la zona norte de Guayaquil.”

Ilustración 9Matriz BCG



Creado por: La Autora **Fuente:** La investigación

4.6 Análisis del Ciclo de Vida del Producto en el Mercado

El producto dentro del mercado se encuentra en la etapa de introducción debido a que actualmente en Guayaquil solo existe un centro dedicado a la mujer.

La diversificación de actividades dentro de los centros fitness ha generado que la industria se vuelva atractiva para muchos empresarios, las personas actualmente buscan un lugar distinto donde puedan recibir actividades distintas que les brinden los resultados esperados.(Diario Hoy, 2012)

Ilustración 10Ciclo de Vida del Producto



Creado por: La Autora **Fuente:** La investigación

“Propuesta para la creación de un gimnasio dedicado al cuidado de la salud de la mujer en la zona norte de Guayaquil.”

4.7 Análisis de las Cinco Fuerzas Competitivas de Porter: Conclusiones de la Empresa y su Poder de Negociación.

Rivalidad de los Competidores:

La rivalidad de los competidores es alta ya que en el mercado de gimnasios en Guayaquil existen empresas de gran trayectoria y nombre lo cual les otorga una buena posición en el mercado como Curves, Gold’s Gym, Hyper Gym, etc.

Amenaza de nuevos entrantes:

La amenaza de nuevos entrantes es alta debido a que las barreras de entradas son bajas, por ejemplo el rango de inversión no es alto y la demanda de personas es grande.

Amenaza de sustitutos:

Con el auge de nuevas actividades fitness como insanity, crosfitt, pole dance, cangoo jumps, etc; hacen que la amenaza de sustitos aumente y sea alta.

Poder de negociación de los proveedores:

El poder de negociación de los proveedores es alto ya que en Guayaquil solo existen dos proveedores de máquinas y accesorios fitness que son Taurus Gym y Lifefitnesslo que hace q la oferta sea escasa para la demanda grande que existe.

Poder de negociación de los clientes:

El poder de negociación de los clientes es medianamente alto porque a pesar de que tienen varios gimnasios donde asistir son pocos los especializados en una disciplina o que se dediquen a atender a un grupo específico de personas.

4.8 Análisis de la Oferta

Para analizar la oferta la compañía evaluará dos puntos: competencia directa e indirecta.

4.8.1 Tipo de Competencia

Competencia Directa: La competencia directa de Miss Gymes Curves ya que brinda un servicio fitness dirigido exclusivamente a mujeres, además existen otras empresas que a pesar de no se enfocan solo en la mujer sino que brindan un servicio de manera general tanto a hombres como mujeres, tenemos los siguientes el Hometown Gym, Miriam’s Gym Urdesa, Miriam’s Gym Samborondón, Gold’s

“Propuesta para la creación de un gimnasio dedicado al cuidado de la salud de la mujer en la zona norte de Guayaquil.”

Gym, Hyper Gym, Flex Gym los cuales cuentan con espacios amplios donde sus clientes pueden practicar distintas actividades físicas como aeróbicos, spinning, pilates, máquinas, etc.

Competencia Indirecta: Como competencia Indirecta tenemos aquellas empresas que brindan un servicio sustituto al nuestro como los crossfit entre los que tenemos a Raza, Maori, Go, Machete; Gambao empresa especializada en Box, entrenamientos caseros como insanity o zumba y academias de baile como Harry Dance Studio, Wilson Dance, etc.

4.8.2 Marketshare: Mercado Real y Mercado Potencial

Mercado Potencial: El mercado potencial de Miss Gym son todas aquellas mujeres que gustan de realizar actividades fitness para su cuidado y bienestar físico.

Mercado Real: Mujeres de 15 a 50 años de la zona norte de Guayaquil que tengan la necesidad de asistir a un centro fitness dedicado a la mujer.

4.8.3 Características de los Competidores: Liderazgo, Antigüedad, Ubicación, Productos Principales y Línea de Precio.

Tabla 7 Características de los Competidores

Competidores	Liderazgo	Años	Ubicación	Productos Principales	Línea de Precio	Calidad
Curves	Alto	5	CC. Aventura Plaza	Circuitos de 30 segundos para mujeres	Alto	Alta
Myriam's	Alto	7	Kennedy vieja	Ejercicios con máquinas y ejercicios localizados	Alta	Media
Gold's Gym	Alto	40	World Trade Center	Gimnasio para ambos sexos dedicado a impartir rutinas de ejercicios.	Bajo	Alta
Hyper Gym	Alto	16	Centro - Kennedy	Gimnasio para ambos sexos dedicado a impartir rutinas de ejercicios.	Bajo	Media
Hometown Gym	Alto	5	Kennedy	Ejercicios con máquinas y pesas	Alto	Alta

Creado por: La Autora **Fuente:** La investigación

“Propuesta para la creación de un gimnasio dedicado al cuidado de la salud de la mujer en la zona norte de Guayaquil.”

4.8.4 Benchmarking: Estrategia de los Competidores y Contraestrategia de la Empresa

4.9 Análisis de la Demanda

A continuación se detalla los puntos correspondientes al análisis de la demanda.

4.9.1 Segmentación de Mercado

El siguiente trabajo de titulación utilizará los siguientes criterios de segmentación.

4.9.1.1 Criterio de Segmentación

- Geográfico
- Demográfico
- Socioeconómico
- Psicográfico

4.9.1.2 Selección de Segmentos

Tomando en consideración lo expuesto en el punto anterior el segmento del mercado para la investigación es; mujeres de 15 a 50 años de NSE medio, medio alto y alto que vivan en la zona norteGuayaquil con la necesidad de asistir a un gimnasio dedicado a la mujer y que tenga los recursos financieros para asistir.

4.9.1.3 Perfiles de los Segmentos

Los perfiles de los segmentos son:

- Mujeres del norte de Guayaquil; de preferencia en la Cdla. Vernaza Norte.
- Mujeres que deseen asistir a un centro especializado en ellas.
- Mujeres que no le guste ir a gimnasios donde también asistan hombres.
- Mujeres que cuiden su apariencia física.
- Mujeres deportistas o ex deportistas que deseen retomar sus actividades físicas.
- Mujeres que hayan pasado por un embarazo y quieran recuperar su figura.

“Propuesta para la creación de un gimnasio dedicado al cuidado de la salud de la mujer en la zona norte de Guayaquil.”

4.10 Matriz FODA

Tabla 8 Matriz FODA

Matriz Foda	Fortalezas	Debilidades
	Servicio especializado solo en mujeres Precios Competitivos con el mercado Variedad en las rutinas y tecinas impartidas Staff altamente capacitado	Poca experiencia en el mercado al ser una empresa nueva Falta de posicionamiento de marca Falta de recursos financieros Horarios disponibles de las clientas
Oportunidades	F+O	D+O
Falta de diversificación en los establecimientos actuales Tendencia al crecimiento y mercado poco explotado Incremento de mujeres interesadas en su apariencia física y salud	Creación de varias estaciones en donde se impartirán las distintas rutinas de ejercicios Capacitación continua a los empleados para brindar un servicio excelente y poder afrontar los requerimientos de las clientas Empezar una campaña publicitaria para dar a conocer los beneficios del gimnasio y servicios del gimnasio	Realiza una campaña publicitaria que concentre los principales puntos de contacto del grupo objetivo Contactarse con entidades de apoyo al emprendedor como las programas del MIPRO Crear un cronograma adecuado para las mujeres que trabajan y para que no laboral
Amenazas	F+A	D+A
Nuevas tendencias de actividades fitness que Barreras de entrada bajas para la competencia Alianzas entre los competidores existentes	Ofrecer promociones, descuentos y facilidades de pagos a los clientes Mantener una relación estable con clientes y proveedores Crear un clima laboral buena para proyecta una excelente imagen.	Realizar servicio de control después de un mes a cada cliente y seguimiento para aumentar la confianza y el awarense Realiza campañas publicitarias para afianzar la marca con las clientas Buscar socios inversionista

Creado por: La Autora **Fuente:** La investigación

4.11 Investigación de Mercado

A continuación se detallan los incisos correspondientes a la investigación de mercado.

4.11.1 Método

Los métodos a utilizar son cualitativos y cuantitativos los cuales a través de técnicas como encuestas, entrevistas a profundidad, focus group, etc; permitirán tener un mejor enfoque del público objetivo y de lo que demandan.

“Propuesta para la creación de un gimnasio dedicado al cuidado de la salud de la mujer en la zona norte de Guayaquil.”

4.11.2 Diseño de la Investigación

4.11.2.1 Objetivos de la Investigación: General y Específicos (Temas que desean ser investigados)

Objetivo General de la Investigación:

1. Conocer gustos y preferencias del grupo objetivo a investigar con respecto a ejercicios a realizar
2. Determinar si Miss Gyms atractivo para su mercado meta.

Objetivos específicos cuantitativos:

1. Determinar el lugar en donde el público objetivo realizan sus actividades fitness.
2. Definir las actividades fitness que las entrevistadas realizan en la actualidad.
3. Descubrir las necesidades no cubiertas o atendidas por los actuales centros fitness.
4. Conocer los factores más importantes al momento de escoger o asistir a un determinado centro fitness.
5. Determinar el gasto promedio que realizan las mujeres en la industria fitness.
6. Determinar el nivel de agrado hacia la creación de un centro fitness.
7. Conocer que actividades debería impartir el nuevo Centro Fitness “Miss Gym”.
8. Conocer si el público objetivo asistiría al nuevo centro Fitness.

4.11.2.2 Tamaño de la Muestra

Se toma como referencia al censo de población y vivienda del 2010 realizado por el INEC en Guayaquil debido a que es la entidad que brinda el dato más acertado al respecto, este censo que se realiza cada 4 años por lo que el nuevo censo se está coordinando para el presente año, el censo indica que existen 702.752 mujeres cuyas edades oscilan entre los 15 y 50 años. Sin embargo 684.513 de ellas viven dentro del área urbana de la ciudad por lo que nuestra población será tomada de acuerdo a esta cifra antes mencionada.

La muestra se la obtuvo con la siguiente fórmula que detallo:

“Propuesta para la creación de un gimnasio dedicado al cuidado de la salud de la mujer en la zona norte de Guayaquil.”

Dónde:

n= tamaño de la muestra

Z= 95% nivel de confianza

P= variabilidad positiva

q= (1-P) = variabilidad negativa

E= precisión o el error

$$n = \frac{z_{1-\alpha/2}^2 pq}{\epsilon^2}$$

Tabla 9 Tamaño de la muestra

Variables	Valores
Z	1.96
P	0.5
E	0.057
N	684.513
n	300

Creado por: La Autora **Fuente:** La investigación

4.11.2.3 Técnica de recogida y análisis de datos

Las siguientes son las técnicas de recolección de datos que se aplicaron para el análisis de los datos:

- **Cuantitativa:** Encuestas cara a cara a nuestro grupo objetivo y analizado a través del programa SPSS.
- **Cualitativa:** Focus group realizado a una muestra de 8 personas del grupo objetivo.

4.11.2.4 Análisis de Datos

4.11.2.4.1 Exploratoria (Grupo Focal)

El análisis exploratorio se realizó a través de un focus group en donde se buscaba conocer las opiniones y actitudes de nuestro público objetivo hacia la industria fitness y la creación del nuevo gimnasio.

La siguiente es la guía de moderación que se manejó en el focus group realizada a 8 personas que forman parte de nuestro público objetivo:

1. ¿Qué piensa de las actividades fitness?
2. ¿Cuáles son las actividades fitness que realiza?

“Propuesta para la creación de un gimnasio dedicado al cuidado de la salud de la mujer en la zona norte de Guayaquil.”

3. Mencione los factores importantes al momento de elegir determinado centro fitness para realizar ejercicios.
4. ¿Le agrada o desagrada la creación de un nuevo centro fitness? ¿Por qué?
5. ¿Cuáles son las actividades fitness que debe impartir el nuevo centro fitness?

4.11.2.4.2 Concluyente (Encuesta)

El análisis concluyente se realizará a través de encuestas cara a cara las cuales permitirán una mejor recolección de datos para la toma de decisiones, el número de encuestas a realizarse son 300 las cuales seguirán el siguiente formato de preguntas:

Código

Cuestionario de preguntas encuestas cara a cara

Estimados muy buenos días / tardes. Soy estudiante en proceso de egreso de la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil y me encuentro realizando esta encuesta por motivos de investigación de mercado para la propuesta de titulación.

1. ¿Usted realiza alguna actividad fitness? **RU**

Si 1 → CONTINUAR

(1)

No 2 → FINALIZAR

2. ¿En dónde realiza la actividad fitness? **RU**

Un lugar determinado 1

(2)

Casa 2

3. ¿Qué actividades realiza con mayor frecuencia? **(3-5) RM**

Pilates 1

Yoga 2

“Propuesta para la creación de un gimnasio dedicado al cuidado de la salud de la mujer en la zona norte de Guayaquil.”

- Spinning 3
- Aerobics 4
- Bailoterapia 5
- Pole Dance 6
- Artes Marciales 7
- Box 8
- Máquinas 9
- Otros (especificar) _____

(SOLAMENTE REALIZAR PREG. 4 A LOS QUE SEÑALARON EN PREG 2 LA OPCION 1)

4. ¿Cuáles son las necesidades no cubiertas del lugar a donde usted acude a realizar sus actividades fitness? **(6-9) RM**

5. **(e: MOSTRAR TARJETA #1)** En una escala del 1 al 5 donde 1 es nada importante y 5 es muy importante. ¿Indique que factores son importantes para usted al momento de elegir un centro fitness?(10-14) RM

	Me Desagrada Mucho	Me Desagrada	Ni agrada / ni me desagrada	Me agrada	Me agarada mucho
Precio (10)	1	2	3	4	5
Ubicación (11)	1	2	3	4	5
Ambiente (12)	1	2	3	4	5
Rutina de Ejercicios (13)	1	2	3	4	5
Horarios (14)	1	2	3	4	5

6. ¿Cuánto es su gasto promedio mensual en actividades fitness?
(15)RU

(PRESENTAR CONCEPTO)

7. En una escala del 1 al 5 donde 1 es muy d y 5 es muy importante. ¿Indique su nivel de agrado hacia la creación de un nuevo centro fitness dedicado a la mujer?(16) RU

“Propuesta para la creación de un gimnasio dedicado al cuidado de la salud de la mujer en la zona norte de Guayaquil.”

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

8. (e: MOSTRAR TARJETA #2)¿Qué actividades debería impartir el nuevo centro fitness? (17-25)RM

Pilates	1
Yoga	2
Spinning	3
Aerobics	4
Bailoterapia	5
Pole Dance	6
Artes Marciales	7
Box	8
Máquinas	9
Otros (especificar) _____	

9. Asistiría ud al nuevo centro fitness? RU

Si	1
No	2

(26)

<u>DATOS DE CONTROL</u>			
NOMBRE DEL ENTREVISTADO/A: _____			
DIRECCIÓN: _____			
TELEFONO: _____		FECHA: _____	
ENCUESTADOR: _____		SUPERVISOR: _____	
<u>EDAD (27)</u>	<u>ESTADO CIVIL (28)</u>	<u>TRABAJO (29)</u>	<u>HIJOS (30)</u>
1. 15 a 24	1.-SOLTERO	1. SI	1. Ninguno
2. 25 a 34	2.-CASADO	2. NO	2. 1 a 2
3. 35 a 44	3.- DIVORCIADO		3. 3 a 4
4. 45 a 54	4.- SEPARADO		
5. 55 ó más	5.- VIUDO.....		

“Propuesta para la creación de un gimnasio dedicado al cuidado de la salud de la mujer en la zona norte de Guayaquil.”

4.11.2.5 Análisis de Datos

A continuación se analizarán los dos métodos de análisis empleados en esta investigación, empezaremos el análisis de los datos en el grupo focal:

Método Cualitativo:

Pregunta 1: ¿Qué piensa de las actividades fitness?

Las participantes expresaron que las actividades fitness son importantes debido que en la actualidad con la vida tan acelerada que se lleva las personas suelen descuidar su salud lo cual puede desencadenar enfermedades como obesidad o estrés que afectan la vida de cada individuo, además acotaron que el realizar una o media hora de ejercicio a diario las revitaliza y les brinda energía para poder realizar sus otras actividades. Coincidieron que la “vanidad” que toda mujer tiene hace que el realizar actividades físicas se convierta en parte fundamental de su vida ya que así pueden esculpir su figura y que actualmente ya no es una obligación realizar actividad física sino que forma parte de la vida de cada persona.

Pregunta 2: ¿Cuáles son las actividades fitness que realiza?

Entre las actividades que realizan a diario las participantes mencionaron la bailoterapia, deporte (futbol), ejercicios funcionales (crossfit), videos caseros (insanity), caminar y trotar. Ellas mencionaron que estas actividades las realizan debido a que son ejercicios no rutinarios y completos donde trabajan todas las partes de sus cuerpos.

Pregunta 3: Mencione los factores importantes al momento de elegir determinado centro fitness para realizar ejercicios.

En este punto las participantes concordaron que la rutina de ejercicios es el factor más importante al momento de escoger un centro fitness, la variedad de ejercicios o técnicas que tenga. Los horarios disponibles ocupan el segundo lugar seguido por la ubicación, muchas sostuvieron que no les vale de nada si el lugar les queda a lado de su casa si es que lo que ofrecen no satisfacen sus necesidades. El factor que menos relevancia tiene al momento de escoger un determinado lugar para realizar actividad física es el rango de precio que maneja el lugar.

“Propuesta para la creación de un gimnasio dedicado al cuidado de la salud de la mujer en la zona norte de Guayaquil.”

Pregunta 4: ¿Le agrada o desagrada la creación de un nuevo centro fitness? ¿Por qué?

Las participantes expusieron su total agrado hacia la creación del nuevo centro fitness debido a que primero tienen privacidad y libertad de vestir y realizar sus actividades al ser un lugar solo para mujeres, en donde tienen la plena libertad de sentirse cómodas y seguras de sí mismas, también la existencia de nutricionistas y asesoramiento de imagen hacen atractivo al nuevo gimnasio ya que muchas veces las mismas no saben que comidas deben o no deben comer dependiendo de cada cuerpo.

Otro factor que agrada a las participantes es el hecho que el gimnasio no se centrará en una sola rutina sino que abarcará distintas disciplinas no la que hace divertido y dinámico las sesiones que se manejen.

Pregunta 5: ¿Cuáles son las actividades fitness que debe impartir el nuevo centro fitness?

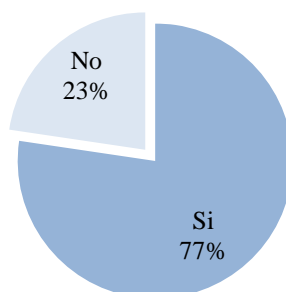
Entre las actividades que se deben impartir las participantes afirmaron que ejercicios de cardio son primordiales; así como bailes y aeróbicos junto con ejercicios funcionales y focalizados. Además las nuevas tendencias en ejercicios como pole dance, telas, trx y yoga resultan atractivos para el grupo objetivo.

Método Cuantitativo:

Los siguientes son los resultados de encuestas realizadas a 300 mujeres de entre 15 a 50 años de edad de la zona norte de la ciudad de Guayaquil.

Gráfico 1 Realiza alguna actividad fitness

Usted realiza alguna actividad fitness



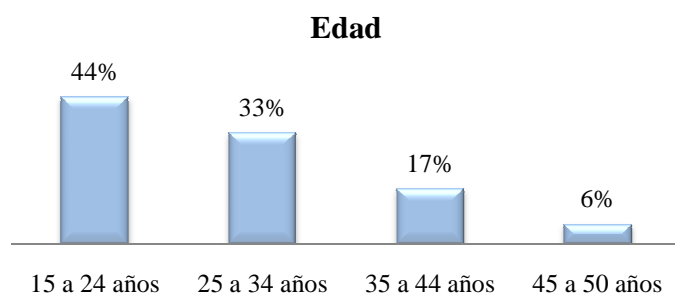
“Propuesta para la creación de un gimnasio dedicado al cuidado de la salud de la mujer en la zona norte de Guayaquil.”

Creado por: La Autora **Fuente:** La investigación

Objetivo: Determinar del número de mujeres encuestadas que porcentaje realizan actividades fitness.

Conclusiones: Del 100% de las mujeres encuestadas el 77,3% realiza alguna actividad fitness, con lo que nos damos cuenta que existe un mercado potencial grande para el gimnasio.

Gráfico 2 Edad

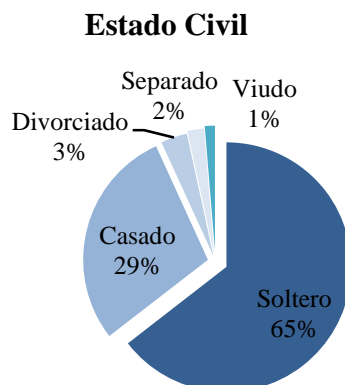


Creado por: La Autora **Fuente:** La investigación

Objetivo: Conocer las edades que mayor demanda las actividades fitness.

Conclusiones: De las mujeres que respondieron que si realizan alguna actividad fitness el 77% son mujeres de entre 15 a 34 años de edad, lo que nos hace enfocarnos en estos grupos de edad primordialmente sin dejar de lado a las otras edades que son quienes tenemos que atraer a un mayor número de las mismas.

Gráfico 3 Estado Civil



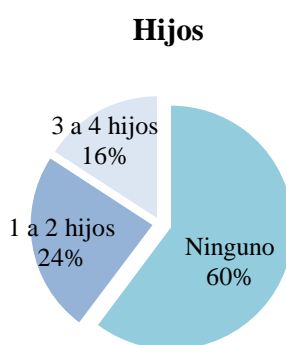
Creado por: La Autora **Fuente:** La investigación

“Propuesta para la creación de un gimnasio dedicado al cuidado de la salud de la mujer en la zona norte de Guayaquil.”

Objetivo: Determinar el estado civil de las mujeres que respondieron que si realizan actividades fitness.

Conclusiones: Del 100% de mujeres que respondieron que realizaban alguna actividad fitness el 65% son mujeres solteras y un 29% casadas lo que nos deja ver ese grupo bajo de mujeres casadas por lo que un lugar solo para mujeres sería ideal para aumentar su flujo a centros fitness.

Gráfico 4 Tiene hijos



Creado por: La Autora **Fuente:** La investigación

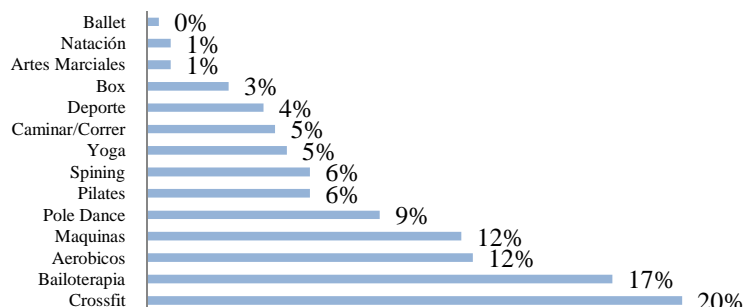
Objetivo: Conocer qué porcentaje de las mujeres que realizan actividades fitness tienes hijos.

Conclusiones: Más del 50% de las mujeres entrevistadas no tienen hijos, un 40% si los tienen, lo que nos deja concluir este último porcentaje son mujeres que realizan actividades fitness para recuperar su cuerpo antes del nacimiento de sus hijos.

Gráfico 5 Actividades que realiza en un lugar determinado

“Propuesta para la creación de un gimnasio dedicado al cuidado de la salud de la mujer en la zona norte de Guayaquil.”

Actividades que realiza en un lugar determinado



Creado por: La Autora **Fuente:** La investigación

Objetivo: Determinar cuáles son las actividades que nuestro grupo objetivo realizan en un centro fitness.

Conclusiones: Del 100% de las mujeres que realizan actividades fitness un 77% lo hacen en centros fitness. Las 8 actividades que más realizan el grupo objetivo son el crossfit, bailoterapia, aeróbicos, máquinas, pole dance, pilates, spinning y yoga; de lo cual podemos notar que la presencia de actividades nuevas es cada vez mayor y las mujeres ya no gustan de asistir a gimnasios convencionales sino realizar nuevas tendencias.

Gráfico 6 Actividades realizadas en casa



Creado por: La Autora **Fuente:** La investigación

“Propuesta para la creación de un gimnasio dedicado al cuidado de la salud de la mujer en la zona norte de Guayaquil.”

Objetivo: Determinar cuáles son las actividades que nuestro grupo objetivo realizan en casa.

Conclusiones: Del 100% de las mujeres que realizan actividades fitness un 33% las realizan en casa. Al igual que en centros fitness las mujeres que lo hacen en su casa realizan nuevas tendencias y las máquinas y otras actividades clásicas están quedando atrás, aunque cabe recalcar que la bailoterapia y los aeróbicos con tendencias que nunca pasarán de moda por sus beneficios.

Gráfico 7 Necesidades no cubiertas



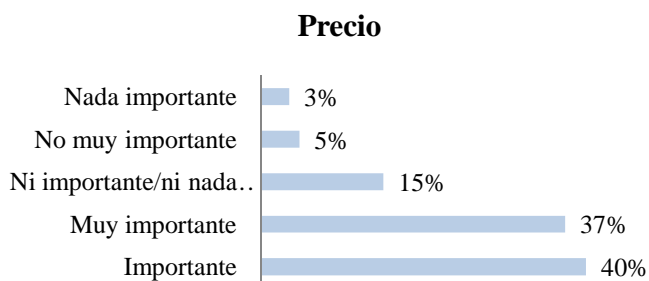
Creado por: La Autora **Fuente:** La investigación

Objetivo: Conocer de las mujeres que asisten a un centro fitness cuáles son las necesidades que los mismos no están satisfaciendo.

Conclusiones: La falta de instructores capacitados, los horarios, el no tener piscina, las máquinas y contar con poco espacio son las 5 principales cosas que las mujeres encuestadas no han recibido del centro fitness al que asisten; lo cual nos da a notar que el gimnasio debe contar con personal capacitado, horarios flexibles y debe ser un lugar amplio para poder atender a las clientas.

“Propuesta para la creación de un gimnasio dedicado al cuidado de la salud de la mujer en la zona norte de Guayaquil.”

Gráfico 8 Precio

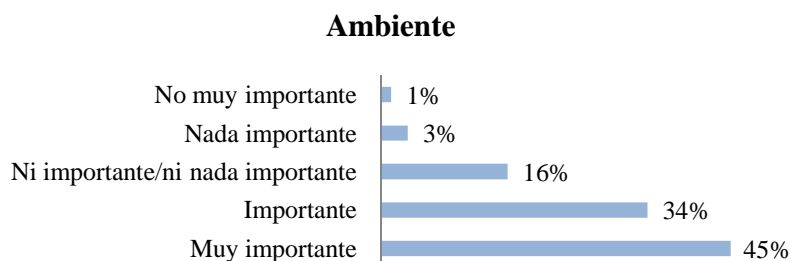


Creado por: La Autora **Fuente:** La investigación

Objetivo: Determinar el nivel importancia del precio ejercicios en el centro fitness para nuestro grupo objetivo.

Conclusiones: Un 77% de nuestro objetivo considera el precio un factor importante al momento de escoger un centro fitness por lo que el precio determinado para el gimnasio debe estar en línea con el promedio de la industria.

Gráfico 9 Ambiente



Creado por: La Autora **Fuente:** La investigación

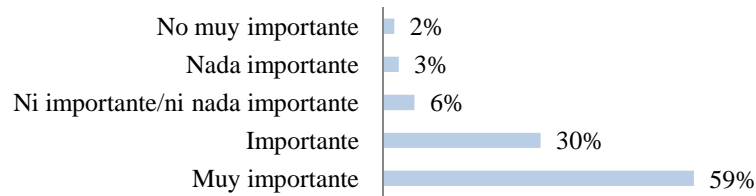
Objetivo: Determinar el nivel importancia del ambiente ejercicios en el centro fitness para nuestro grupo objetivo.

Conclusiones: Un 79% de nuestro objetivo considera al ambiente un factor decisivo al momento de escoger un centro fitness. En el gimnasio propuesto se planea tener un ambiente rodeado de confianza y confort debido a la exclusión de hombre en el mismo.

Gráfico 10 Rutina de Ejercicios

“Propuesta para la creación de un gimnasio dedicado al cuidado de la salud de la mujer en la zona norte de Guayaquil.”

Rutina de Ejercicios



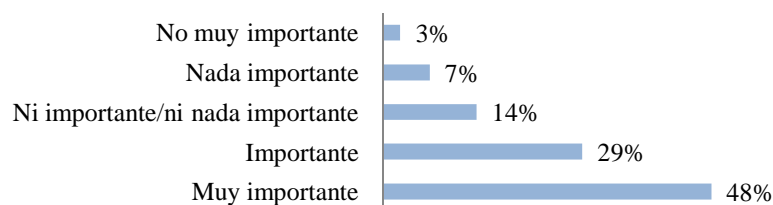
Creado por: La Autora **Fuente:** La investigación

Objetivo: Determinar el nivel importancia de la rutina de ejercicios en el centro fitness para nuestro grupo objetivo.

Conclusiones: La rutina de ejercicios es el factor más determinante al momento de escoger un centro fitness con un 89% de importancia. Con esto podemos concluir que el gimnasio debe tener una amplia variedad de ejercicios para que sus clientas se sientan gustosas de hacerlos y tengan variedad.

Gráfico 11 Ubicación

Ubicación



Creado por: La Autora **Fuente:** La investigación

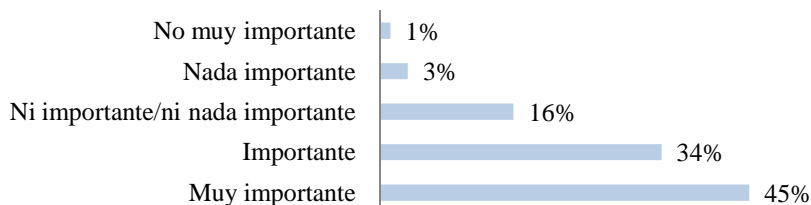
Objetivo: Determinar el nivel importancia de la ubicación del centro fitness para nuestro grupo objetivo.

Conclusiones: Para nuestro grupo objetivo la ubicación es un muy importante con un 48%, por lo que el gimnasio propuesto tendrá una ubicación céntrica para que las clientas tengan varias vías de acceso.

Gráfico 12 Horarios

“Propuesta para la creación de un gimnasio dedicado al cuidado de la salud de la mujer en la zona norte de Guayaquil.”

Horarios



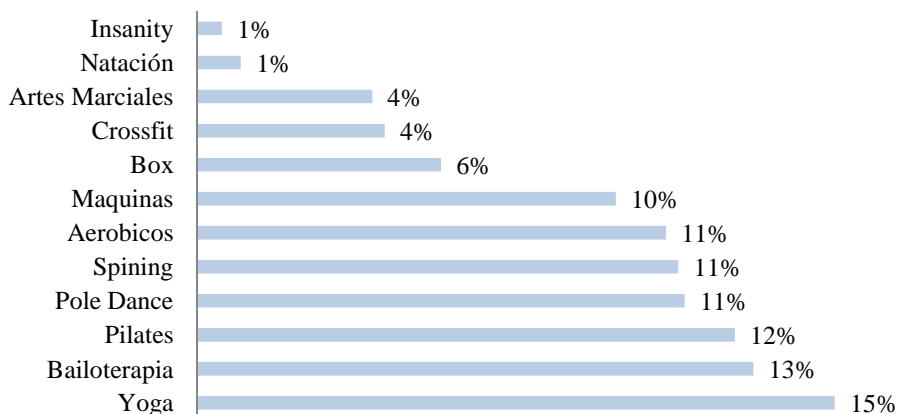
Creado por: La Autora **Fuente:** La investigación

Objetivo: Determinar el nivel importancia de los horarios del centro fitness para nuestro grupo objetivo.

Conclusiones: Los horarios disponibles en los centros fitness con un factor muy importante para nuestro grupo objetivo con un 45%, lo cual nos indica que el gimnasio debe tener horarios flexibles y cómodos para las clientas.

Gráfico 13 Actividades que debe impartir el Nuevo centro fitness

Actividades que se deben impartir en el nuevo centro fitness



Creado por: La Autora **Fuente:** La investigación

Objetivo: Conocer que actividades debe impartir el nuevo centro fitness.

Conclusiones: Tal como mostro el gráfico 8 las nuevas tendencias son las actividades que las mujeres desean realizar las mismas son; Yoga, pilates, spinning, pole dance, bailoterapia y aeróbicos.

“Propuesta para la creación de un gimnasio dedicado al cuidado de la salud de la mujer en la zona norte de Guayaquil.”

4.11.2.6 Resumen e interpretación de resultados

Método Cualitativo:

Las mujeres están conscientes de la necesidad que existe hoy en día sobre mantener una vida activa y de las consecuencias que pueden acarrear el mantener una vida sedentaria; consideran al ejercicio una parte fundamental en su día a día. Las mismas se sienten más seguras en un ambiente solo de mujeres ya que así pueden desplazarse sin sentir vergüenza o miedo al qué dirán y consideran que lo más importante es lo que el lugar a donde van a asistir les ofrece y los resultados que van a obtener.

Método Cuantitativo:

Las mujeres encuestadas se encuentran muy dispuestas en asistir al nuevo gimnasio pagando un precio que vari entre \$40 a \$50 en donde ellas puedan tener un lugar que cuente con personal capacitado como instructores y horarios flexibles, las rutinas de ejercicio que desearían recibir son aeróbicos, bailoterapia.

4.11.3 Conclusiones de la Investigación de Mercado

Método Cualitativo:

Con los resultados antes analizados podemos concluir que las mujeres buscan un lugar en donde puedan realizar libremente sus ejercicios sin estar pensando en el mirada de los hombres, además buscan un lugar que tengan rutinas de ejercicio variadas y completas. El precio no es un factor determinante al momento de escoger un lugar para realizar ejercicio y gustan de realizar actividades variadas y divertidas.

Método Cuantitativo:

De total de mujeres que realizan ejercicio se puede concluir que un 67% acuden a un lugar mientras que el 33% lo hacen en casa, los aeróbicos, bailoterapia y crossfit son las actividades que mayor interés provoca en ellas. Normalmente los lugares donde acuden a realizar ejercicios no cuentan con personal capacitado y manejan horarios poco amigables.

4.11.4 Recomendaciones de la Investigación de Mercado

De acuerdo a los resultados de la investigación de mercado se recomienda crear un programa de horarios que sea amigable para las clientas, enfocarse

“Propuesta para la creación de un gimnasio dedicado al cuidado de la salud de la mujer en la zona norte de Guayaquil.”

mayormente a las mujeres de 15 a 35 años de edad. Contar con rutinas de ejercicio divertidas y dinámicas, tener en consideración las expectativas del consumidor en cuanto a la manera en cómo se siente al ser un lugar solo de mujeres (comodidad, seguridad, etc.)

4.12 Cuantificación de la Demanda

A continuación se detallará la demanda con la que la compañía contará.

4.12.1 Identificación del Mercado Potencial y la Demanda Potencial Insatisfecha

Tomando en cuenta los resultados que arrojó la investigación de mercado un 94,4% de nuestro grupo objetivo acudiría al nuevo centro fitness y considerando que nuestra población es de 684.513 mujeres de 15 a 50 años que viven dentro del área urbana de la ciudad obtenemos un mercado potencial de 643.442 mujeres. La demanda potencial insatisfecha sería de 41.071 mujeres.

4.12.2 Proyección de Ventas a Cinco Años.

El cálculo de la proyección de ventas se la realizó tomando en cuenta la política interna de incremento de ventas que es del 3%, esto se tomó debido a que la misma siendo nueva en el mercado no se va a comparar con empresas que ya cuentan con una trayectoria y posicionamiento previo.

Tabla 10Proyección de Ventas

Ingresos con descuentos	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Total ingresos	\$ 188.024,32	\$ 207.230,59	\$ 234.792,26	\$ 266.019,63	\$ 301.400,25

Creado por: La Autora **Fuente:** La investigación

“Propuesta para la creación de un gimnasio dedicado al cuidado de la salud de la mujer en la zona norte de Guayaquil.”

CAPÍTULO 5

PLAN DE MARKETING

“Propuesta para la creación de un gimnasio dedicado al cuidado de la salud de la mujer en la zona norte de Guayaquil.”

CAPÍTULO 5

5. PLAN DE MARKETING

5.1 Objetivos: General y Específicos

Objetivo General:

Lograr que Miss Gym sea considerado la primera opción por nuestro público objetivo a la hora de escoger un centro fitness.

Objetivo Específico:

1. Lograr posicionamiento de marca en el plazo de un año.
2. Captar el 20% del grupo objetivo.
3. Determinar los medios de comunicación sensibles por el grupo objetivo.

5.1.1 Mercado Meta: Ventas y Utilidad Esperada

5.1.1.1 Tipo y Estrategias de Penetración

La estrategia de penetración que se manejará será la de tener un precio accesible, además su ubicación céntrica. A través de las campañas publicitarias se dará a conocer los beneficios de la empresa y así como las promociones existentes, además se capacitará a los empleados para que brinden un servicio de primer a las clientas.

5.1.1.2 Cobertura

La cobertura de la compañía será toda la zona norte de Guayaquil, donde aquellas mujeres que vivan en este sector podrán acercarse y recibir el servicio.

5.2 Posicionamiento

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

Posicionamiento:

El posicionamiento estará orientado hacia el consumidor siendo considerados un aliado al momento de cuidar la salud y bienestar de las mujeres en la ciudad de Guayaquil, se hará énfasis en los beneficios del gimnasio y de realizar actividades fitness para así llegar a las consumidoras y ocupar un lugar en su mente.

“Propuesta para la creación de un gimnasio dedicado al cuidado de la salud de la mujer en la zona norte de Guayaquil.”

Objetivo:

Ser reconocidos como uno de los mejores centros fitness de la ciudad y que el público objetivo nos vean como un aliado a la hora de ejercitarse.

Segmento:

Mujeres de 15 - 50 de nivel socio económico medio típico que vivan en la zona norte de Guayaquil y tengan la necesidad de acercarse a un centro fitness.

Atributos:

Gimnasio para mujeres que ofrece los siguientes servicios:

- Actividades fitness
- Asesoría de imagen
- Control de peso
- Nutrición

Calidad Percibida:

Se espera que las clientas de la compañía perciban un buen servicio por parte de Miss Gym así como precios competitivos.

Ventaja Competitiva:

La compañía brindará a más del servicio fitness un completo asesoramiento de imagen que incluye nutrición.

Símbolos Identitarios:

La empresa contará como símbolo identitario el siguiente logo:

Ilustración 11Logo



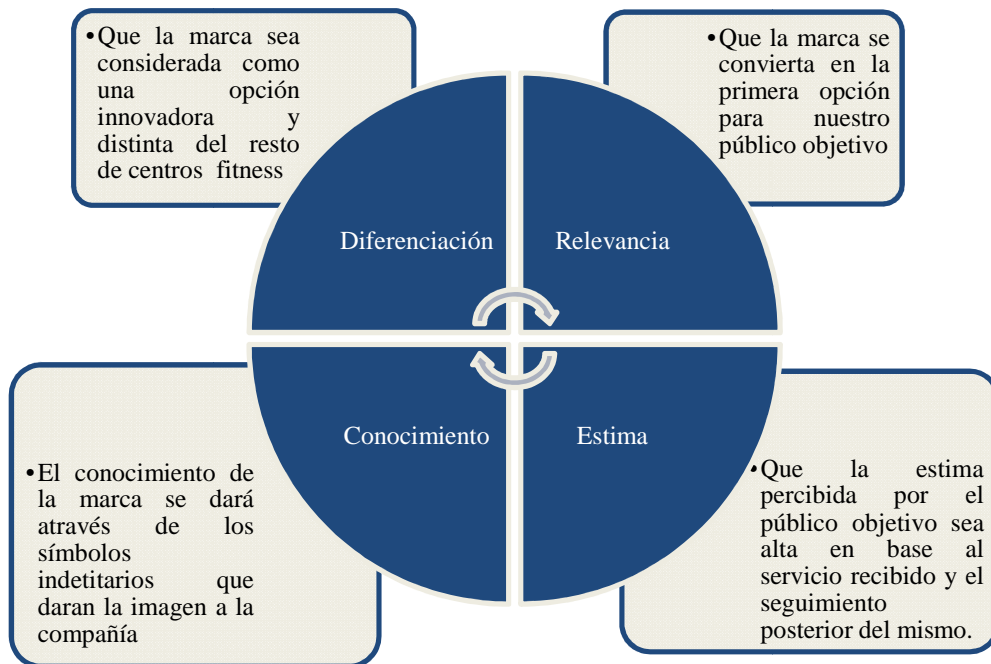
Creado por: La Autora **Fuente:** La investigación

“Propuesta para la creación de un gimnasio dedicado al cuidado de la salud de la mujer en la zona norte de Guayaquil.”

5.2.2 Valoración del Activo de la Marca (BAV)

Se medirá la salud de la marca a través de los 5 pilares que mide la Valoración del Activo de la marca (BAV).

Ilustración 12 Valoración del Activo de la Marca



Creado por: La Autora **Fuente:** La investigación

5.3 Marketing Mix

5.3.1 Estrategia de Producto o Servicios

La compañía tendrá una estrategia de diferenciación al brindar un servicio completo de asesoría de imagen que incluye asesoramiento en ejercicios y dieta balanceada.

“Propuesta para la creación de un gimnasio dedicado al cuidado de la salud de la mujer en la zona norte de Guayaquil.”

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

Tabla 11 Descripción del Producto

Descripción del Producto	
Definición:	Servicio Fitness: ejercicios focalizados, control de peso, actividades fitness y asesoría de imagen
Composición:	No aplica
Color:	No aplica
Tamaño:	No aplica
*Imagen:	Logo
Slogan:	"Al cuidado de su salud"
Productos esencial:	Actividades fitness
Producto Real:	Rutinas de ejercicios fitness
Producto aumentado:	Control del peso y asesoría de imagen

Creado por: La Autora **Fuente:** La investigación

5.3.1.2 Adaptación o Modificación del Producto

Este inciso no aplica ya que la empresa va a brindar un servicio y no incurrirá en producción ni adaptaciones.

5.3.1.3 Empaque: Reglamento del Mercado y Etiquetado

Este inciso no aplica ya que la empresa al no poseer un producto para empaque no incurrirá en dichos gastos de etiquetado.

5.3.1.4 Amplitud y Profundidad de Línea

La amplitud de la compañía no se dará en los primeros 5 años de la empresa pero después de ese periodo se busca ampliar y tener nuevas tendencias a impartir en el gimnasio, y la venta de ropa y herramientas para ejercitarse.

5.3.1.5 Marcas y Submarcas

La marca principal de la empresa es “Miss Gym” bajo la misma se manejarán todos los servicios que se impartan y no existirán submarcas.

5.3.2 Estrategia de Precios

Las siguientes son las estrategias de precios que manejará la compañía.

“Propuesta para la creación de un gimnasio dedicado al cuidado de la salud de la mujer en la zona norte de Guayaquil.”

5.3.2.1 Precios de la Competencia

La competencia maneja los siguientes rangos de precios:

Tabla 12 Precios de la Competencia

Gimnasio	Costo en dólares			
	Mensual	Trimestral	Semestral	Anual
Curves	\$ 45	\$ 135	\$ 270	\$ 540
Miriam's	\$ 60	\$ 194	\$ 292	\$ 475
Gold's	\$ 50	\$ 151	\$ 246	\$ 448
Hometown	\$ 50	\$ 135	\$ 240	\$ 440

Creado por: La Autora **Fuente:** La investigación

5.3.2.2 Poder Adquisitivo del Mercado Meta

De acuerdo a la investigación de mercado las clientas potenciales gastan en promedio mensual \$50 en actividades fitness, además cabe recalcar que al grupo objetivo al que nos estamos dirigiendo es medio típico tiene poder adquisitivo promedio para actividades recreativas o de salud.

5.3.2.3 Expectativa de los Accionistas

Las expectativas de los accionistas es que se maneje un rango de precio que este en promedio al del mercado con lo cual se pueda cubrir al menos el 60% de los gastos por servicios.

5.3.2.4 Políticas de Precio: Sobreprecio y Descuento, Márgenes Brutos de la Compañía, Precio al Menudeo (kilo, tonelada), Términos de Venta, Métodos de Pago.

Los métodos de pago serán en efectivo o con tarjeta de crédito en las cuales solo se recibirá descuentos por pago adelantado trimestre, semestre o año. Detallo a continuación los descuentos por cada una:

Tabla 13 Políticas de Precio

Descuento por Pronto Pago	%
Trimestre	5%
Semestre	8%
Año	10%

Creado por: La Autora **Fuente:** La investigación

“Propuesta para la creación de un gimnasio dedicado al cuidado de la salud de la mujer en la zona norte de Guayaquil.”

5.3.3 Estrategia de Plaza

Las siguientes son las estrategias de plaza para la compañía.

5.3.3.1 Localización

A continuación se detalla los incisos acerca de la plaza de la compañía.

5.3.3.1.1 Macro Localización

La macro localización de la compañía es la ciudad de Guayaquil ya que va a ser su lugar de residencia y donde todas sus actividades económicas se van a realizar.

5.3.3.1.2 Micro Localización

La empresa realizará sus funciones en la zona norte de Guayaquil (Cdla. Vernaza Norte) teniendo en cuenta que es considerado uno de los cascos comerciales de la ciudad y tiene una afluencia grande de comercio, por lo que existen muchas mujeres que acuden a sus oficinas.

5.3.3.1.3 Ubicación

El gimnasio se encontrará ubicado en la Cdla. Vernaza Norte, la cual es una zona céntrica de fácil acceso por cualquier sector de la ciudad y que cuenta con distintas áreas que generan comercio para la ciudad.

Ilustración 13 Ubicación



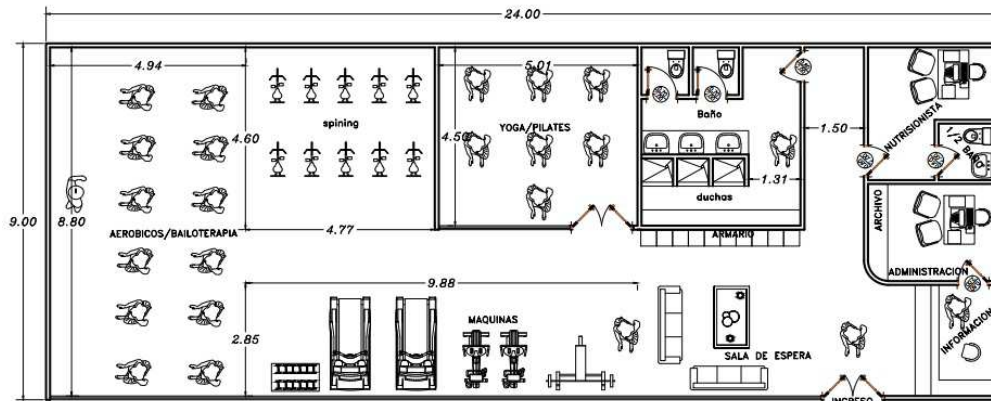
Creado por: La Autora **Fuente:** La investigación

5.3.3.1.4 Distribución del Espacio

La siguiente es la distribución del espacio del gimnasio “Miss Gym”.

“Propuesta para la creación de un gimnasio dedicado al cuidado de la salud de la mujer en la zona norte de Guayaquil.”

Ilustración 14 Distribución del Espacio



Creado por: La Autora **Fuente:** La investigación

5.3.3.1.5 Sistema de Distribución Comercial

El sistema de distribución de maquinaria e insumos de la empresa será directo con el cliente final, ya que no existen intermediarios en el proceso de compra y adquisición del producto.

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

La compañía usará el canal directo, ya que no existirán intermediarios entre la empresa y el cliente final.

5.3.3.1.7 Penetración en los Mercados Urbanos y Rurales.

La penetración en mercados urbanos se dará de manera directa en la ciudad de Guayaquil, las zonas rurales no son representativas para la compañía por lo que no se buscará penetrar dichas zonas.

5.3.3.1.8 Logística

Este inciso no aplica para el presente trabajo ya que la empresa brindará un servicio y no contará con inventario para logística.

5.3.3.1.9 Red de Ventas

La compañía solo cuenta con un punto de venta que es el gimnasio donde solo en ese lugar los clientes van pueden recibir el servicio.

“Propuesta para la creación de un gimnasio dedicado al cuidado de la salud de la mujer en la zona norte de Guayaquil.”

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

Tabla 14 Políticas de Servicio al cliente

Variable	Condiciones
Pre-Venta	Clases demostrativas y promociones para nuevas clientas
Post-Venta	Seguimiento en el control de peso de las clientas y asesoramiento para el mantenimiento de su estado físico
Quejas y Reclamos	Mediante llamadas telefónicas, redes sociales, página web y asistencia presencial.

Creado por: La Autora **Fuente:** La investigación

5.3.4 Estrategias de Promoción

Las siguientes van a ser las estrategias de promoción de la empresa.

5.3.4.1 Estrategias ATL y BTL

Para llegar a nuestro público objetivo la compañía va a enfocarse solo en actividades BTL y digitales, como:

- Volantes
- Roll Ups
- Shopping Bags
- Redes Sociales
- Mail
- Web
- Google Adwords

A pesar de que los medios ATL nos brindan un alcance y frecuencia mayor, el monto de inversión que requieren no se ajusta al presupuesto de la empresa.

5.3.4.2 Elaboración de Diseño y Propuesta Publicitaria: Concepto, Mensaje

El concepto que tendrá la campaña publicitaria de la empresa será una que apele a los sentimientos del bienestar de cada persona tanta física como mental, al hecho de cada mujer se sienta a gusto con la forma de su cuerpo.

El mensaje que se transmitirá será el de los beneficios que se obtienen al asistir a un centro fitness.

“Propuesta para la creación de un gimnasio dedicado al cuidado de la salud de la mujer en la zona norte de Guayaquil.”

5.3.4.3 Promoción de Ventas

5.3.4.3.1 Venta Personal

Se formará un grupo de venta las cuales se encargarán de visitar a ciertos grupos de empresas en donde darán a conocer las ventajas y beneficios de la compañía y aquellas promociones vigentes, además se armará una base de datos de los clientes y clientes potenciales y se enviará información pertinente de los servicios que se ofrecen.

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

La compañía realizará tendrá presencia con stand en las competencia de actividades físicas que se realizan en la ciudad como el Huarmi Runner, Iron Runer, Competencia de Pole Dance, etc. Además también presencia en ferias a fines a la empresa que se realicen en la ciudad.

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

Tabla 15 Clienting

Estrategia	Descripción	Duración
Muestras Gratuitas	Clases demostrativas	4 veces al año
Descuentos	Descuento por pronto pago	1 vez al año
Productos Complementarios Gratis	Entrega de Shopping bags con recuerdos como termos o toallas	2 veces al año
Concursos	Competencia física dentro de la empresa	1 vez al año

Creado por: La Autora **Fuente:** La investigación

“Propuesta para la creación de un gimnasio dedicado al cuidado de la salud de la mujer en la zona norte de Guayaquil.”

5.3.4.4 Publicidad

A continuación se detallará la publicidad a utilizarse para la promoción de la compañía.

5.3.4.4.1 Estrategia de Lanzamiento

Para el lanzamiento de la empresa la primera sesión será sin costo, en la misma se dará shopping bags que incluirá información del gimnasio.

Se tomarán los datos de las clientas potenciales para armar una base de datos y estar en contacto con ellas vía mail.

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

Tal como se indicó en el punto 5.3.4.1 a pesar del alcance que nos otorga los medios ATL los costos que se manejan son muy altos para Miss Gym, por esto la empresa solo invertirá en medios BTL como; Página Web, Redes Sociales, Material P.O.P y Google Adwords.

5.3.4.4.3 Mindshare

La compañía espera tener un Mindshare del 20% del público objetivo donde los mismos reconozcan a Miss Gym como un aliado al momento de cuidar su salud física y mental.

5.3.4.4.4 Publicidad Blanca

Miss Gym buscará a través de reportajes en revistas en revistas de interés social como la revistas, expresiones, etc; o revistas especializadas. Además se realizarán clases demostrativas lo que generar publicidad gratuita (boca a boca) entre el grupo objetivo.

5.3.4.4.5 Merchandising

El merchandising se realizará en el punto de venta es decir en el gimnasio en donde se realizarán clases demostrativas periódicamente y se entregarán shopping bags que contarán con información de la compañía y recuerdos como termos o toallas.

“Propuesta para la creación de un gimnasio dedicado al cuidado de la salud de la mujer en la zona norte de Guayaquil.”

5.3.4.4.6 Relaciones Públicas

Las relaciones públicas de la compañía se manejarán a través de las redes sociales de la misma y boletines que se enviarán periódicamente a los diarios revistas de la ciudad para así ganar publicidad blanca.

5.3.4.4.7 Marketing Relacional

La compañía realizará el marketing relacional a través de la información guardada en la base de datos de la empresa como teléfonos, mails, etc; enviando mails periódicamente con información de interés para las clientas o llamadas para conocer cualquier inquietud que tengan las mismas. Además en los cumpleaños de cada cliente se realizará alguna actividad en celebración del mismo.

5.3.4.4.8 Insight Marketing

Se espera que el consumidor a través de los beneficios y atributos del centro fitness genere un sentimiento de apego y un acercamiento hacia la compañía para así poder conocer sus necesidades latentes para su posterior desarrollo de maneras de satisfacción.

5.3.4.4.9 Gestión de Promoción Electrónica del Proyecto

A continuación se detallan las estrategias de promoción electrónica de la compañía.

5.3.4.4.9.1 Estrategias de E-Commerce, E-Business e E-Marketing

Para la compañía el e-business no aplica ya que la empresa no se dedica a la venta o comercialización a través de la web con otras empresas.

En cuanto el e-marketing la compañía manejará dos tipos:

- **Mailing:** Envío periódico de boletines e información de interés para las clientas y así mantener el contacto con las mismas.
- **Viralización:** A través de las redes sociales se espera crear una viralización de la compañía en las clientas y futuras clientas o clienta potencial.

Para el e-commerce la empresa contará con una página web en la cual se mantendrá interacción con las clientas y las mismas podrán acceder a verificar horarios, clases a impartir, etc.

“Propuesta para la creación de un gimnasio dedicado al cuidado de la salud de la mujer en la zona norte de Guayaquil.”

5.3.4.4.9.2 Análisis de la Promoción Electrónica de los Competidores

La mayoría de los competidores manejan actividades en la web ya sea con una url o con la presencia de promociones como alianzas con compañías de descuentos como cuponaso, pero ninguna maneja una web que mantenga interactividad con los clientes, curves es la compañía que maneja la web más completa pero la misma es una página que funciona en toda Latinoamérica por lo que no existe una atención personalizada hacia las clientas del Ecuador.

Tabla 16 Análisis de la Promoción Electrónica de los Competidores

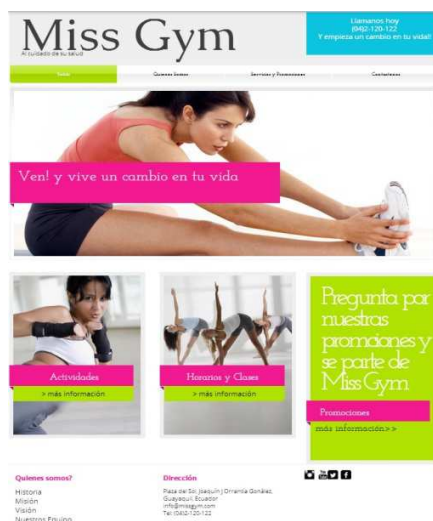
Gimnasio	Web	URL
Curves	Si	http://curveslatinoamerica.com/sitio/
Gold's Gym	Si	http://www.goldsgym.com.ec/
Myriams	Si	http://miriamsgym.net/web/index.htm
Hometown	No	-----
Hyper	No	-----

Creado por: La Autora **Fuente:** La investigación

5.3.4.4.9.3 Diseño e Implementación de la Página Web (Inglés-Español-Idioma del Mercado Meta)

El Siguiete es el diseño de página web de la compañía:

Ilustración 15 Diseño de Página Web



Creado por: La Autora **Fuente:** La investigación

“Propuesta para la creación de un gimnasio dedicado al cuidado de la salud de la mujer en la zona norte de Guayaquil.”

En el mismo las clientas actuales y potenciales pueden acceder y conocer los horarios clases y actividades que pueden realizar en el gimnasio.

5.3.4.4.10 Estrategias de Marketing a través de Redes Sociales

Las siguientes son las estrategias que se aplicarán en redes sociales.

5.3.4.4.10.1 Análisis de la Promoción Electrónica de los Competidores

Tabla 17 Análisis de la promoción electrónica

Gimnasio	Facebook	Twitter	Fans	Seguidores	Observaciones
Curves	Si	Si	148.282	2.693	Cuentas no local, cuentan con tabs en la que las clientas pueden conocer las promociones y sus post son acerca de sus horarios, promociones y descuentos
Gold's Gym	Si	Si	394.131	48.100	Cuentas no local, cuentan con tabs en donde las clientas pueden participar de sus concursos conocer su historia y verificar si ellos cuentan con otras redes sociales.
Miriam's	No	No	---	---	-----
Hometown	No	Si	---	596	Cuenta local, post acerca de sus servicios y número de contacto
Hyper	No	Si	---	1.624	Cuenta local, actividad casi nula

Creado por: La Autora **Fuente:** La investigación

5.3.4.4.10.2 Diseño e Implementación de Fans Pages, en Redes Sociales (Inglés-Español-Idioma del Mercado Meta)

La empresa para su promoción y contacto con el consumidor manejará dos redes sociales que son facebook y twitter en las cuales se interactuará con el consumidor y se dará a conocer promociones e información de interés sobre el centro fitness. Los siguientes son los perfiles en redes sociales que manejará la empresa:

“Propuesta para la creación de un gimnasio dedicado al cuidado de la salud de la mujer en la zona norte de Guayaquil.”

Facebook: Miss Gym

Ilustración 16 Diseño Fan Page Facebook



Creado por: La Autora **Fuente:** La investigación

Twitter: @MissGym_

Ilustración 17 Diseño Página Twitter



Creado por: La Autora **Fuente:** La investigación

5.4 Marketing Social (en función de la Marketing Social (en función de la Gestión de Responsabilidad Social Capítulo 6)

“Propuesta para la creación de un gimnasio dedicado al cuidado de la salud de la mujer en la zona norte de Guayaquil.”

5.4.1.1 Ámbito Internacional

El ámbito internacional no aplica para la empresa ya que durante los primeros años de existencia solo laborará dentro del territorio ecuatoriano y no realizará operaciones a nivel internacional.

5.4.1.1.1 Estrategia de Distribución Internacional

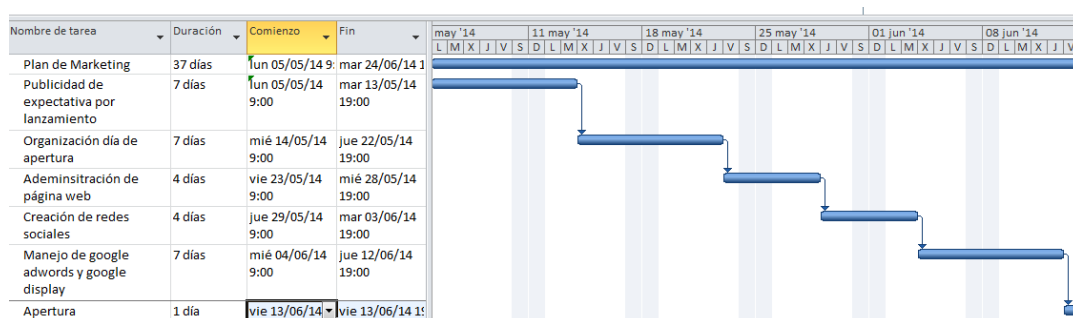
Debido a lo mencionado en el inciso anterior este punto aplica para la compañía.

5.4.1.1.2 Estrategias de Precio Internacional

Debido a lo mencionado en el inciso anterior este punto aplica para la compañía.

5.4.2 Cronograma (Calendario de Acción de la Campaña)

Ilustración 18 Cronograma Acción de la campaña



Creado por: La Autora **Fuente:** La investigación

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

Los siguientes son los rubros que se considerarán para la implementación del plan de marketing de la empresa.

“Propuesta para la creación de un gimnasio dedicado al cuidado de la salud de la mujer en la zona norte de Guayaquil.”

Tabla 18 Análisis de Rentabilidad del Offering

	Año 1
Nº Personas Gimnasio	3.072
Ingresos por ventas	
Ingresos	\$ 188.024,32
Total Ingresos	\$ 188.024,32
Costos Operativos	
Limpieza y Mantenimiento	\$ 7.680,00
Utilidad Bruta	\$ 180.344,32
Egresos	
Gastos Administrativos	\$ 121.927,20
Gastos de Marketing y Ventas	\$ 14.280,00
Depreciación	\$ 3.910,54
Amortización	\$ 638,32
Total Gastos	\$ 140.756,06
Utilidad Operativa	\$ 39.588,26
Gastos Financieros	\$ 3.687,06
Utilidad	\$ 35.901,20
Pago de utilidades a empleados	\$ 5.385,18
Utilidad antes de impuestos	\$ 30.516,02
Impuesto a la Renta	\$ 6.713,52
Utilidad Neta	\$ 23.802,49

Creado por: La Autora **Fuente:** La investigación

“Propuesta para la creación de un gimnasio dedicado al cuidado de la salud de la mujer en la zona norte de Guayaquil.”

CAPÍTULO 6

PLAN OPERATIVO

“Propuesta para la creación de un gimnasio dedicado al cuidado de la salud de la mujer en la zona norte de Guayaquil.”

CAPÍTULO 6

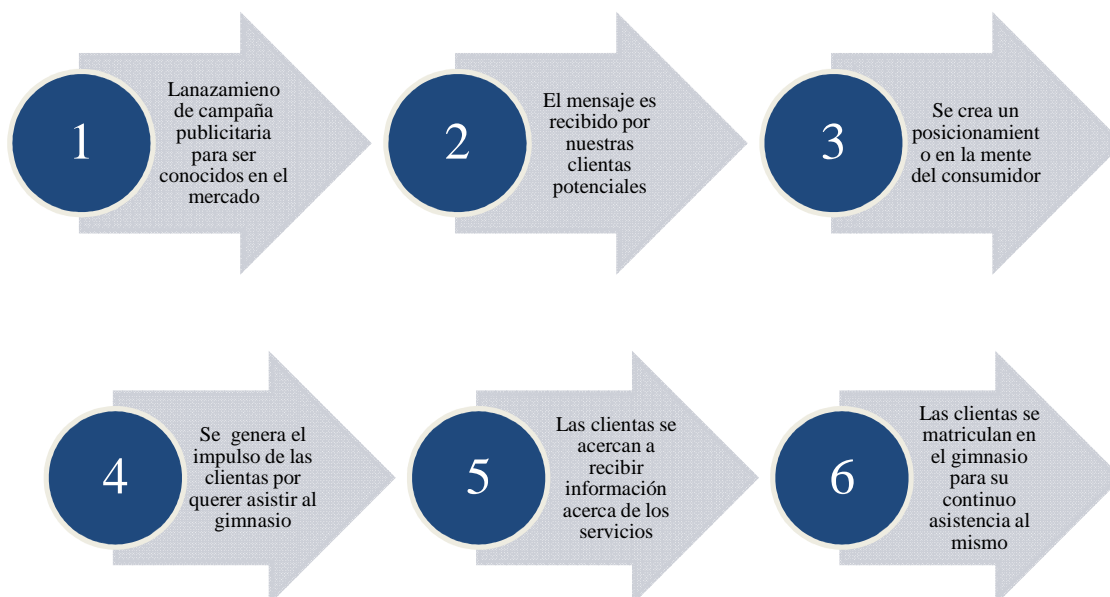
6. PLAN OPERATIVO

6.1 Producción

6.1.1 Proceso Productivo

Debido a que la empresa solo se va a dedicar a brindar un servicio a sus clientas en el presente inciso solo se explica el proceso de venta del servicio en vista de no existir un proceso de producción.

Ilustración 19 Proceso Productivo



Creado por: La Autora **Fuente:** La investigación

6.1.2 Infraestructura: Obra Civil, Maquinarias y Equipos

El siguiente listado comprende las máquinas y útiles a utilizarse en el centro fitness.

Tabla 19 Infraestructura

INVERSIÓN FIJA	
#	Descripción
EQUIPOS FITNESS	
2	Caminador Active
2	Cross Traine Active
10	Bicicleta spinning lemond

“Propuesta para la creación de un gimnasio dedicado al cuidado de la salud de la mujer en la zona norte de Guayaquil.”

1	Multigym 1 stack leg press home
6	TRX Gymkit
6	Colchoneta
1	Vertical Dumbbell Rack
3	Set mancuernas cub, de caucho 1, 2 y 3 kg
MUEBLES DE OFICINA	
3	Escritorios
5	Sillas
2	Sofá
3	Archivadores
1	Mesa de centro
2	Equipo de Sonido
EQUIPOS DE OFICINA	
3	Teléfonos
1	Dispensador de agua
1	Aire acondicionado
EQUIPOS DE COMPUTO	
3	Computadoras
1	Impresoras Multifuncional
ADECUACIONES	
4	Baños
4	Lavabos
3	Duchas
4	Dispensador de jabón
4	Dispensador de papel
20	Focos ahorradores
4	Llaves de agua con sensor
TOTAL	

Creado por: La Autora **Fuente:** La investigación

6.1.3 Mano de Obra

La mano de obra que se implementará en la empresa es la del personal de servicio contando con dos áreas:

Servicio Externo:

Son todos los empleados que laboran directamente con el cliente, aquí se contabilizan a 6 divididos entre entrenadores y nutricionistas.

Servicio Interno:

Es aquel personal que trabaja en las labores internas de la empresa, aquí se contemplan a 4 empleados las cuales son la recepcionista y 3 personas encargadas de la limpieza y mantenimiento de las maquinarias.

“Propuesta para la creación de un gimnasio dedicado al cuidado de la salud de la mujer en la zona norte de Guayaquil.”

6.1.4 Capacidad Instalada

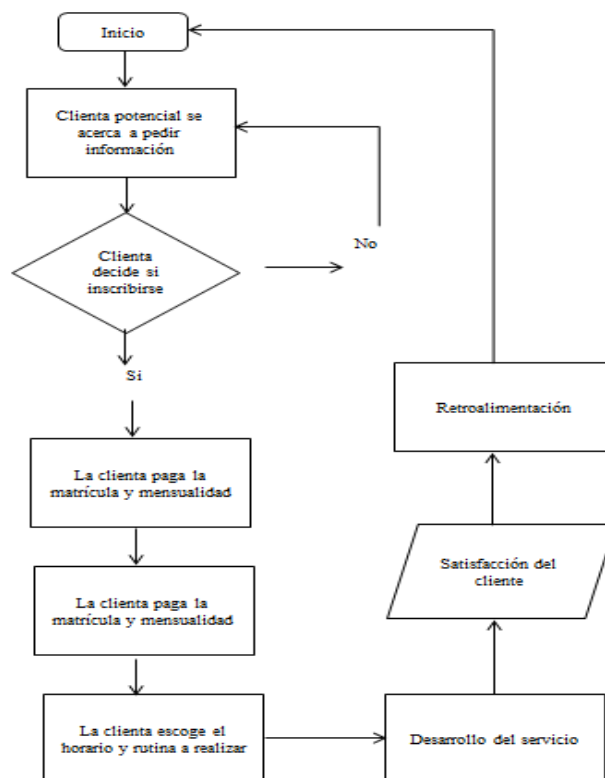
La capacidad instalada de la empresa es de 32 personas por hora distribuidos de la siguiente manera:

- Bailoterapia/Aeróbicos: 12 personas
- Spinning: 12 personas
- Yoga/Pilates: 7 personas
- Máquinas: 6 personas

Laborando 10 horas distribuido de la siguiente manera, 8 horas de lunes a viernes en horarios de 6:00 a 11:00 y de 18:00 a 22:00 y 2 horas los sábados de 10:00 a 12:00 nos da una capacidad mensual de 320 personas. Para efectos de cálculos de ingresos de la empresa se trabajará con una capacidad del 80% lo cual nos arroja un flujo de 256 personas al mes.

6.1.5 Flujogramas de Procesos

Ilustración 20 Flujogramas de Procesos



Creado por: La Autora **Fuente:** La investigación

“Propuesta para la creación de un gimnasio dedicado al cuidado de la salud de la mujer en la zona norte de Guayaquil.”

6.1.6 Presupuesto

Tabla 20 Presupuesto

INVERSIÓN FIJA			
#	Descripción	Precio Unitario	Costo Total
EQUIPOS FITNESS			
2	Caminador Active	\$ 1.000,00	\$ 2.000,00
2	Cross Traine Active	\$ 400,00	\$ 800,00
10	Bicicleta spinning lemond	\$ 500,00	\$ 5.000,00
1	Multigym 1 stack leg press home	\$ 4.400,00	\$ 4.400,00
6	TRX Gymkit	\$ 240,00	\$ 1.440,00
6	Colchoneta	\$ 22,00	\$ 132,00
1	Vertical Dumbbell Rack	\$ 1.000,00	\$ 1.000,00
3	Set mancuernas cub, de caucho 1, 2 y 3 kg	\$ 49,90	\$ 149,70
TOTAL			\$14.921,70
MUEBLES DE OFICINA			
3	Escritorios	\$ 300,00	\$ 900,00
5	Sillas	\$ 50,00	\$ 250,00
2	Sofá	\$ 600,00	\$ 1.200,00
3	Archivadores	\$ 120,00	\$ 360,00
1	Mesa de centro	\$ 50,00	\$ 50,00
2	Equipo de Sonido	\$ 150,00	\$ 300,00
TOTAL			\$ 3.060,00
EQUIPOS DE OFICINA			
3	Teléfonos	\$ 30,00	\$ 90,00
1	Dispensador de agua	\$ 212,00	\$ 212,00
1	Aire acondicionado	\$ 500,00	\$ 500,00
TOTAL			\$ 802,00
EQUIPOS DE COMPUTO			
3	Computadoras	\$ 500,00	\$ 1.500,00
1	Impresoras Multifuncional	\$ 120,00	\$ 120,00
TOTAL			\$ 1.620,00
ADECUACIONES			
4	Baños	\$ 60,00	\$ 240,00
4	Lavabos	\$ 40,00	\$ 160,00
3	Duchas	\$ 18,00	\$ 54,00
4	Dispensador de jabón	\$ 28,00	\$ 112,00
4	Dispensador de papel	\$ 28,00	\$ 112,00
20	Focos ahorradores	\$ 1,63	\$ 32,60
4	Llaves de agua con sensor	\$ 80,00	\$ 320,00
TOTAL			\$ 2.061,20

Creado por: La Autora **Fuente:** La investigación

“Propuesta para la creación de un gimnasio dedicado al cuidado de la salud de la mujer en la zona norte de Guayaquil.”

6.2 Gestión de Calidad

A continuación se detalla los puntos referentes a la gestión de calidad.

6.2.1 Procesos de planeación de calidad

La planeación de calidad se basará en el fiel cumplimiento de los procesos detallados en el flujograma arriba expuesto en la cual se busca evitar retrasos en la ejecución de cada etapa del servicio para brindar un servicio de calidad a las clientas que asistan al gimnasio.

6.2.2 Beneficios de las acciones proactivas

La implementación de procesos de calidad ayudará a tener un mejor control de la empresa además que mejorará la relación con el cliente al brindar un servicio de calidad con herramientas de primera y estándares de calidad definidos.

6.2.3 Políticas de calidad

Las siguientes serán las políticas de calidad que manejará la empresa:

Políticas para Empleados:

1. Las máquinas y espacios para realizar ejercicios deberán ser revisadas y/o dado mantenimiento cada vez que las clases terminen.
2. Todo personal de limpieza y mantenimiento deberá contar con los utensilios necesarios para realizar sus labores.
3. Ningún personal de planta podrá llegar a laborar en estado etílico o de haber consumido alguna sustancia psicotrópica.
4. Siempre existirá una persona que brinde ayuda o información a las clientas.
5. La limpieza de baños y duchas se realizará 4 veces al día.

Todos los empleados deben conocer y respetar las políticas antes mencionadas que estarán publicadas en la entrada del gimnasio.

Políticas para Clientes:

1. Antes y después de realizar alguna actividad fitness todas las clientas sin excepción deberá realizar un estiramiento para evitar cualquier afección muscular.
2. Las clientas nunca estarán solas siempre contarán con instructores que ayuden en las rutinas.

“Propuesta para la creación de un gimnasio dedicado al cuidado de la salud de la mujer en la zona norte de Guayaquil.”

3. Cada clienta que ingrese por primera vez al gimnasio deberá realizar las pruebas pertinentes con la nutricionista para determinar objetivos a alcanzar.
4. Cada semana se realizará un control rutinario de avances en los objetivos personales de cada clienta.
5. Toda clienta deberá velar por el cuidado de sus artículos personales.
6. Todas las clientas deberá tener un uso moderado del agua y los utensilios de aseo que se repartan en el gimnasio.

6.2.4 Benchmarking

Los competidores actualmente no cuentan con certificaciones ISO, algunos como Curves y Gold’s Gym tienen en su nómina instructores certificados. La calidad en los servicios que ofrecen está avalada con las máquinas que usan y las rutinas que imparten.

6.2.5 Proceso de aseguramiento de la calidad

El proceso de aseguramiento de calidad se dará de la siguiente forma:

- Encuestas de satisfacción al cliente.
- Capacitación a los empleados sobre la existencia de las políticas y la importancia de su cumplimiento.
- Supervisión del fiel cumplimiento de las políticas.

6.2.6 Estándares de la calidad

Los estándares de calidad serán medidos con encuestas de satisfacción hacia las clientas, las mismas se realizarán una vez al mes a todas las clientas que se inscribieron en el gimnasio donde la medida de aceptación a quejas o reclamos será del 10% y se trabajará en las medidas necesarias para que mes a mes se reduzca paulatinamente este porcentaje.

6.2.7 Procesos de control de calidad

El control de calidad se realizará a través de inspecciones a las instalaciones y observación de clases para medir el fiel cumplimiento de las normas.

“Propuesta para la creación de un gimnasio dedicado al cuidado de la salud de la mujer en la zona norte de Guayaquil.”

6.2.8 Certificaciones y Licencias

Se proyectará alcanzar la certificación ISO 9001:2008 que asegura las normas sobre calidad y gestión de calidad de un bien o servicio que brinda determinada empresa. Debido a los requisitos e inversión que debe cumplir la obtención de dicha certificación no se hará dentro de los 5 primeros años.

6.2.9 Presupuesto

Este punto no aplica para el análisis del presente trabajo debido a que la obtención de certificaciones o licencias se la contemplará fuera del tiempo de análisis del mismo.

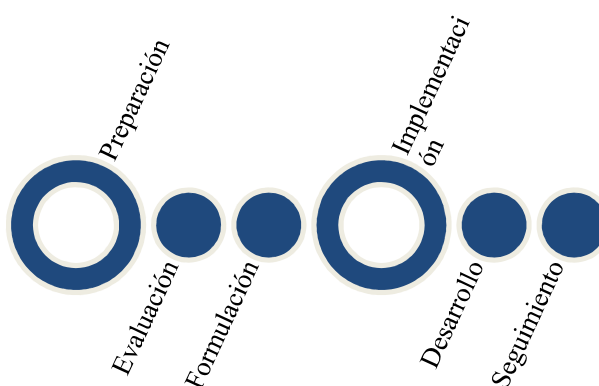
6.3 Gestión Ambiental

A continuación se detalla la gestión ambiental que tendrá la empresa.

6.3.1 Procesos de planeación ambiental

La planeación ambiental de la empresa manejará el siguiente proceso:

Ilustración 21 Procesos de planeación ambiental



Creado por: La Autora **Fuente:** La investigación

6.3.2 Beneficios de las acciones proactivas

A través de la implementación de medidas ambientales la empresa podrá reducir costos aplicando las políticas correspondientes lo cual ayudará a la economía de la empresa. Además con las capacitaciones impartidas a los empleados se irá fomentando la conciencia verde en cada uno.

“Propuesta para la creación de un gimnasio dedicado al cuidado de la salud de la mujer en la zona norte de Guayaquil.”

6.3.3 Políticas de protección ambiental

Tabla 21 Políticas de protección ambiental

Política	Acción a realizar	Plazo	Meta	Recursos	Materiales	Responsable
Ahorro de Agua	Colocar llaves y duchas temporalizadas para poder reducir el uso excesivo de agua	5 años	Reducir el consumo de agua un 2% en comparación al año anterior	Plomeros	Herramientas de plomería y llaves	Gerente General
Reducción de uso de papel	Uso de medios digitales para envío de control de peso, dietas y facturas a clientes y proveedores	Mensual	Reducir el uso de papel en un 5% mensual sobre el año anterior	Personal de la empresa	Medios Digitales	Recepcionista
Reducir consumo de energía eléctrica	Colocar focos ahorradores de energía e implementar horarios de uso de salones y máquinas.	5 años	Reducir el consumo de energía un 2% en comparación al año anterior	Electricista e Instructores	Materiales Eléctricos	Gerente General/ Instructores

Creado por: La Autora **Fuente:** La investigación

6.3.4 Proceso de aseguramiento de la calidad ambiental

Los procesos de aseguramiento de calidad ambiental se lo realizarán a través de inspecciones en donde se verificará que los empleados estén implementando las políticas antes mencionadas.

6.3.5 Estándares de la calidad ambiental

Los estándares de calidad ambiental se medirán de acuerdo a lo siguiente:

“Propuesta para la creación de un gimnasio dedicado al cuidado de la salud de la mujer en la zona norte de Guayaquil.”

- Para el ahorro del agua se espera que se reduzca un 2% del consumo del agua al año.
- La política de reducción de papel se espera disminuir un 5% el uso del papel mensual.
- En cuanto al ahorro del uso de la energía se espera reducir un 2% de su consumo al año.

6.3.6 Procesos de control de calidad

El control de la calidad se la realizará a través del aumento o disminución reflejada en las órdenes de compra de papel y las planillas de agua y de luz. Las mismas serán revisadas mensualmente para corroborar la reducción de los mismos.

6.3.7 Trazabilidad

La trazabilidad a aplicarse en la empresa es ascendente en donde se verificará que los proveedores y los insumos que proporcione cumpla con los requerimientos establecidos en los procesos ambientales.

6.3.8 Logística Verde

La empresa para el cuidado del ambiente ha adoptado como logística verde las políticas estipuladas en el punto 6.3.3 el cual velara por el cuidado y conservación de los recursos naturales.

6.3.9 Certificaciones y Licencias

La empresa planea a largo plazo obtener una certificación ISO 14000 el cual tiene como objetivo conseguir un equilibrio entre la rentabilidad de una empresa y los impactos ambientales que produce.

6.3.10 Presupuesto

En los primeros años la empresa aplicará políticas cuya inversión se encuentra detallada en la inversión inicial, además la empresa aplicará para una certificación ISO en el futuro por lo que no existe presupuesto para este rubro.

6.4 Gestión de Responsabilidad Social

A continuación se desarrollarán los puntos correspondientes a la gestión de responsabilidad social de la empresa.

“Propuesta para la creación de un gimnasio dedicado al cuidado de la salud de la mujer en la zona norte de Guayaquil.”

6.4.1 Procesos de planeación del Modelo Empresarial de Responsabilidad Social

Los procesos de planeación de responsabilidad social contribuirán al desarrollo social de la ciudad de Guayaquil brindando apoyo a las mujeres en el área física y psicológica. Además se planea aportar con empleo a la ciudad generando plazas de trabajo.

Por otro lado la empresa busca ayudar al desarrollo sustentable del medio ambiente a través de sus políticas ambientales.

6.4.2 Beneficios de las acciones proactivas

Los beneficios de las políticas de responsabilidad social contribuirán a que la empresa tenga una mejor imagen ante los ojos del consumidor ya que al ayudar al desarrollo de la sociedad y cuidado del medio ambiente las personas la verán como una empresa siempre presta a apoyar y cuidar a los que la rodean.

6.4.3 Políticas de protección social

Las siguientes son las políticas de protección social:

Ilustración 22 Políticas de protección social

Empleados	• Generar plazas de empleo justas, donde cada empleado reciba todos los beneficios de ley.
Proveedores	• Establecer negociaciones éticas en donde cada parte reciba un trato justo.
Clientes	• Brindar un servicio de calidad, eficiente y eficaz.
Comunidad	• Crear proyectos comunitarios en donde se ayude a las mujeres del sector con charlas motivacionales.

Creado por: La Autora **Fuente:** La investigación

6.4.4 Proceso de aseguramiento de la Responsabilidad Social y Corporativa

Para el aseguramiento del fiel cumplimiento de los procesos de responsabilidad social la empresa realizará encuestas de satisfacción tanto a empleados, clientes y proveedores para conocer su punto de vista a las políticas implementadas y recibir sugerencias.

“Propuesta para la creación de un gimnasio dedicado al cuidado de la salud de la mujer en la zona norte de Guayaquil.”

Los proyectos se armarán de manera trimestral en donde brindarán charlas para brindar apoyo psicológico a las mismas.

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

Ilustración 23 Estándares de Responsabilidad Social

Corto Plazo	Generar un ambiente agradable en donde las personas puedan laborar.
Mediano Plazo	Ayudar a las mujeres de la zona y convertirnos en aliados estratégicos de ellos.
Largo Plazo	Donar \$1 por cliente inscrita de manera mensual a fundaciones de ayuda a las mujeres con enfermedades o madres solteras.

Creado por: La Autora **Fuente:** La investigación

6.4.6 Procesos de controles sociales

Para constatar el fiel cumplimiento de los procesos sociales se realizarán encuestas de satisfacción tanto a empleados como a clientes los cuales serán analizados y resumidos en un informe presentado a gerencia para la post evaluación del mismo.

6.4.7 Certificaciones y Licencias

En un futuro la empresa buscará obtener la certificación ISO 2600 la cual es una guía de los lineamientos de responsabilidad social que tendrá la empresa.

6.4.8 Presupuesto

Este punto aplica debido a que los gastos por responsabilidad social como por ejemplo en los empleados están detallados mensualmente en sueldos y beneficios de ley; además las certificaciones no se obtendrán sino hasta después de 5 años así como los estándares a largo plazo.

“Propuesta para la creación de un gimnasio dedicado al cuidado de la salud de la mujer en la zona norte de Guayaquil.”

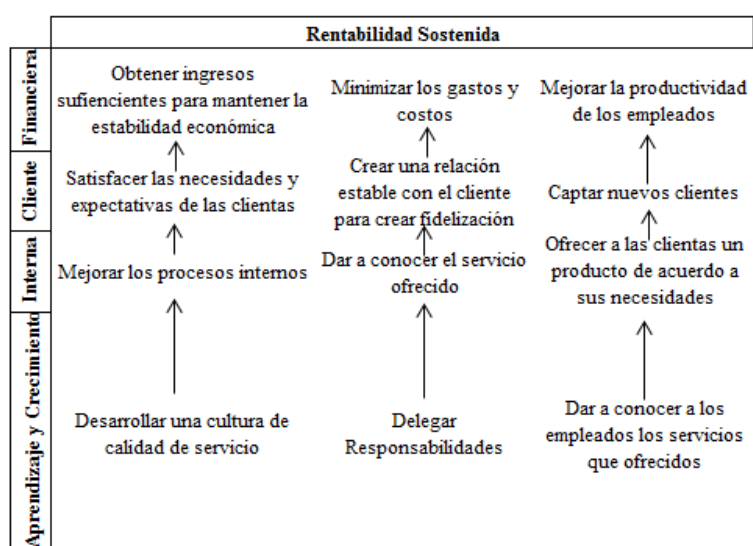
6.5 Balanced Scorecard & Mapa Estratégico

Tabla 22 Balanced Scorecard

Perspectivas	Objetivos	Indicadores	Metas	Iniciativas	Responsable
Financiera	Incrementar el porcentaje de ventas mensualmente	Aumento de clientas	10%	Precio y calidad del servicio	Gerente General
Cliente	Mejorar la calidad del servicio	Encuestas de satisfacción	100%	Capacitaciones en atención al cliente	Gerente General
Procesos Internos	Eficiencia y Eficacia en el proceso de brindar el servicio	Métrica para evaluar la calidad.	60%	Observación de 3 clases a la semana	Gerente General
Aprendizaje y Crecimiento	Desarrollo profesional del personal	Presentación de títulos académicos	50%	Flexibilidad en los horarios.	Gerente General

Creado por: La Autora **Fuente:** La investigación

Tabla 23 Mapa Estratégico



Creado por: La Autora **Fuente:** La investigación

“Propuesta para la creación de un gimnasio dedicado al cuidado de la salud de la mujer en la zona norte de Guayaquil.”

6.6 -Otros temas relacionados al plan operativo (tales como Estudio de Exportación, Construcción para un hotel, etc.)

Este inciso no aplica debido a que todos los temas relacionados al plan operativo fueron desarrollados en los puntos del 6.1 al 6.5 arriba mencionados.

“Propuesta para la creación de un gimnasio dedicado al cuidado de la salud de la mujer en la zona norte de Guayaquil.”

CAPÍTULO 7

ESTUDIO ECONÓMICO- FINANCIERO- TRIBUTARIO

“Propuesta para la creación de un gimnasio dedicado al cuidado de la salud de la mujer en la zona norte de Guayaquil.”

CAPÍTULO 7

7. ESTUDIO ECONÓMICO-FINANCIERO-TRIBUTARIO

7.1 Inversión Inicial

A continuación se presenta un resumen de la inversión inicial de la empresa:

Tabla 24 Inversión Inicial

INVERSIÓN INICIAL	
Descripción	Valor
INVERSIÓN CORRIENTE	
Capital de Trabajo	\$ 35.464,05
TOTAL	\$ 35.464,05
INVERSIÓN FIJA	
Equipos Fitness	\$ 14.921,70
Muebles de Oficina	\$ 3.060,00
Equipos de Oficina	\$ 802,00
Equipos de Computo	\$ 1.620,00
Adecuaciones	\$ 1.030,60
TOTAL	\$ 21.434,30
INVERSIÓN DIFERIDA	
Seguros	\$ 200,00
Gastos de Constitución	\$ 761,00
Gastos Pre-Operativos	\$ 1.200,00
TOTAL	\$ 2.161,00
TOTAL INVERSIÓN INICIAL	\$ 59.059,35

Creado por: La Autora **Fuente:** La investigación

7.1.1 Tipo de Inversión

A continuación se detallan los diferentes tipos de inversión que tendrá la empresa.

7.1.1.1 Fija

La inversión fija está comprendida por todos aquellos equipos o máquinas que sirven para brindar el servicio a las clientas, a continuación el detalle:

Tabla 25 Inversión Fija

INVERSIÓN FIJA			
#	Descripción	Precio Unitario	Costo Total
EQUIPOS FITNESS			
2	Caminador Active	\$ 1.000,00	\$ 2.000,00
2	Cross Traine Active	\$ 400,00	\$ 800,00
10	Bicicleta spinning lemond	\$ 500,00	\$ 5.000,00

“Propuesta para la creación de un gimnasio dedicado al cuidado de la salud de la mujer en la zona norte de Guayaquil.”

1	Multigym 1 stack leg press home	\$ 4.400,00	\$ 4.400,00
6	TRX Gymkit	\$ 240,00	\$ 1.440,00
6	Colchoneta	\$ 22,00	\$ 132,00
1	Vertical Dumbbell Rack	\$ 1.000,00	\$ 1.000,00
3	Set mancuernas cub, de caucho 1, 2 y 3 kg	\$ 49,90	\$ 149,70
TOTAL			\$ 14.921,70
MUEBLES DE OFICINA			
3	Escritorios	\$ 300,00	\$ 900,00
5	Sillas	\$ 50,00	\$ 250,00
2	Sofá	\$ 600,00	\$ 1.200,00
3	Archivadores	\$ 120,00	\$ 360,00
1	Mesa de centro	\$ 50,00	\$ 50,00
2	Equipo de Sonido	\$ 150,00	\$ 300,00
TOTAL			\$ 3.060,00
EQUIPOS DE OFICINA			
3	Teléfonos	\$ 30,00	\$ 90,00
1	Dispensador de agua	\$ 212,00	\$ 212,00
1	Aire acondicionado	\$ 500,00	\$ 500,00
TOTAL			\$ 802,00
EQUIPOS DE COMPUTO			
3	Computadoras	\$ 500,00	\$ 1.500,00
1	Impresoras Multifuncional	\$ 120,00	\$ 120,00
TOTAL			\$ 1.620,00
ADECUACIONES			
4	Baños	\$ 60,00	\$ 240,00
4	Lavabos	\$ 40,00	\$ 160,00
3	Duchas	\$ 18,00	\$ 54,00
4	Dispensador de jabón	\$ 28,00	\$ 112,00
4	Dispensador de papel	\$ 28,00	\$ 112,00
20	Focos ahorradores	\$ 1,63	\$ 32,60
4	Llaves de agua con sensor	\$ 80,00	\$ 320,00
TOTAL			\$ 1.030,60

Creado por: La Autora **Fuente:** La investigación

La cotización por los equipos fitness realizada con nuestro proveedor Lifefitness se encuentra detallado en el anexo # 4.

7.1.1.2 Diferida

Por otro lado la inversión diferida comprende seguros, gastos de constitución y pre-operativos, a continuación el detalle:

“Propuesta para la creación de un gimnasio dedicado al cuidado de la salud de la mujer en la zona norte de Guayaquil.”

Tabla 26 Inversión Diferida

INVERSIÓN DIFERIDA		
#	Descripción	Costo Total
SEGUROS		
1	Prima Incendio	\$ 50,00
1	Prima Robo	\$ 150,00
TOTAL		\$ 200,00
GASTOS DE CONSTITUCIÓN		
1	Gastos de Constitución – CCG	\$ 600,00
1	Registro de Logo	\$ 116,00
1	Permiso y Certificado Sanitario	\$ 30,00
1	Pago Cuerpo de Bomberos	\$ 15,00
TOTAL		\$ 761,00
GASTOS PRE-OPERATIVOS		
1	Gastos de Lanzamiento	\$ 1.000,00
1	Gastos de Instalación	\$ 200,00
TOTAL		\$ 1.200,00
TOTAL INVERSIÓN DIFERIDA		\$ 2.161,00

Creado por: La Autora **Fuente:** La investigación

7.1.1.3 Corriente

En cuanto a la inversión corriente se contemplan los rubros de gastos administrativos, marketing y financieros por 3 meses de operación de la empresa con lo que se convierte en el capital necesario para las operaciones diarias de la misma, detalle:

Tabla 27 Inversión Corriente

INVERSIÓN CORRIENTE			
#	Descripción	Mensual	Costo Total
3	Gastos Administrativos	\$ 10.331,35	\$ 30.994,05
3	Gastos de Marketing y Ventas	\$ 1.190,00	\$ 3.570,00
3	Gastos Financieros	\$ 300,00	\$ 900,00
TOTAL DE INVERSIÓN CORRIENTE			\$ 35.464,05

Creado por: La Autora **Fuente:** La investigación

7.1.2 Financiamiento de la Inversión

A continuación se detalla las vías de financiamiento de la inversión.

7.1.2.1 Fuentes de Financiamiento

La inversión será financiada 40% fondos propios y 60% préstamo bancario.

“Propuesta para la creación de un gimnasio dedicado al cuidado de la salud de la mujer en la zona norte de Guayaquil.”

Tabla 28Financiamiento de la inversión

FINANCIAMIENTO DE LA INVERSION		
Fuente	Valor	% Part.
Recursos Propios	\$ 23.623,74	40,00%
Préstamo al Banco del Fomento	\$ 35.435,61	60,00%
TOTAL INVERSION	\$ 59.059,35	100,00%

Creado por: La Autora **Fuente:** La investigación

Los fondos propios serán solventados por 4 accionistas los cuales aportarán de la siguiente manera con la inversión.

Tabla 29Detalle financiamiento Interno

DETALLE FINANCIAMIENTO INTERNO		
Socios	Aportación	% Part.
A	\$ 11.811,87	50%
B	\$ 5.905,94	25%
C	\$ 3.071,09	13%
D	\$ 2.834,85	12%
TOTAL	\$ 23.623,74	100%

Creado por: La Autora **Fuente:** La investigación

7.1.2.2 Tabla de Amortización

El préstamo será realizado con el Banco Nacional del Fomento y como se mencionó en el inciso anterior del total de la inversión requerida el préstamo con el banco representa el 60% y se cancelará de la siguiente manera:

Tabla 30Préstamo Bancario

AÑO 1	
INTERES	CAPITAL
\$ 3.687,06	\$ 5.600,88
AÑO 2	
INTERES	CAPITAL
\$ 3.026,54	\$ 6.261,40
AÑO 3	
INTERES	CAPITAL
\$ 2.288,12	\$ 6.999,82
AÑO 4	
INTERES	CAPITAL
\$ 1.462,62	\$ 7.825,33
AÑO 5	
INTERES	CAPITAL
\$ 539,76	\$ 8.748,18

Creado por: La Autora **Fuente:** La investigación

“Propuesta para la creación de un gimnasio dedicado al cuidado de la salud de la mujer en la zona norte de Guayaquil.”

La tabla de amortización completa está detallada en el anexo # 3.

7.1.3 Cronograma de Inversiones

El siguiente es el cronograma de las inversiones a realizar:

Tabla 31 Cronograma de Inversiones

CRONOGRAMA DE INVERSIONES				
Actividades	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Total
Gastos de Constitución - CCG	\$ 600,00			\$ 600,00
Registro de Logo	\$ 116,00			\$ 116,00
Permiso y Certificado Sanitario	\$ 30,00			\$ 30,00
Pago Cuerpo de Bomberos	\$ 15,00			\$ 15,00
Compra Equipos Fitness		\$14.921,70		\$14.921,70
Compra Muebles Oficina		\$ 3.060,00		\$ 3.060,00
Compra Equipos de Oficina		\$ 802,00		\$ 802,00
Compra Equipos de Computo		\$ 1.620,00		\$ 1.620,00
Adecuaciones		\$ 1.030,60		\$ 1.030,60
Seguros		\$ 200,00		\$ 200,00
Gastos de Lanzamiento			\$ 1.000,00	\$ 1.000,00
Gastos de Instalación			\$ 200,00	\$ 200,00
Depósito de Capital de Trabajo			\$ 35.464,05	\$35.464,05
TOTAL	\$ 761,00	\$21.634,30	\$ 36.664,05	\$59.059,35

Creado por: La Autora **Fuente:** La investigación

7.2 Análisis de Costos

A continuación se analizarán los costos que la empresa manejará.

7.2.1 Costos Fijos

En cuanto a costos fijos se contemplan costos administrativos que incluye sueldos y salarios más beneficios de ley, servicios básicos, suministros de oficina, etc. Además se contemplan costos de marketing y financieros que involucran todos aquellos desembolsos de dinero que tengan que ver con la promoción de la empresa, detallo:

Tabla 32 Costos Fijos

COSTOS FIJOS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Gastos Administrativos	\$ 121.927,20	\$ 131.930,43	\$ 140.509,12	\$ 147.211,40	\$ 154.264,36
Gastos de Marketing y Ventas	\$ 14.280,00	\$ 14.819,61	\$ 15.379,62	\$ 15.960,78	\$ 16.563,91
Gastos Financieros	\$ 3.687,06	\$ 3.026,54	\$ 2.288,12	\$ 1.462,62	\$ 539,76
TOTAL	\$ 139.894,26	\$ 149.776,58	\$ 158.176,86	\$ 164.634,80	\$ 171.368,03

Creado por: La Autora **Fuente:** La investigación

“Propuesta para la creación de un gimnasio dedicado al cuidado de la salud de la mujer en la zona norte de Guayaquil.”

7.2.2 Costos Variables

Debido a que esta empresa se dedica a brindar un servicio se vuelve complicado obtener un costo variable por lo que para el análisis de costos variables se tomó el mantenimiento de las máquinas y limpieza de las mismas junto con los salones; debido a que dependiendo de la cantidad de usuarias su mantenimiento/limpieza incrementará o disminuirá.

Tabla 33Costos Variables

Costos Variables	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Gastos Operacionales	\$ 7.680,00	\$ 7.970,21	\$ 8.271,39	\$ 8.583,95	\$ 8.908,32
TOTAL	\$ 7.680,00	\$ 7.970,21	\$ 8.271,39	\$ 8.583,95	\$ 8.908,32

Creado por: La Autora **Fuente:** La investigación

7.2.2.1 Costos de Producción

Este punto no aplica debido a que la empresa no se dedica a la producción de ningún bien, más bien a brindar un servicio.

7.3 Capital de Trabajo

A continuación se detallan los rubros correspondientes al capital de trabajo en donde el cálculo de la misma se obtuvo con los costos de 3 meses de los gastos requeridos para el funcionamiento diario de la empresa como gastos administrativos, de marketing/venta y financiero.

Tabla 34Capital de Trabajo

INVERSIÓN CORRIENTE	
Capital de Trabajo	\$ 35.464,05
TOTAL	\$ 35.464,05

Creado por: La Autora **Fuente:** La investigación

7.3.1 Costos de Operación

Este punto no aplica para la empresa debido a que la misma no contempla ningún gasto de operación.

“Propuesta para la creación de un gimnasio dedicado al cuidado de la salud de la mujer en la zona norte de Guayaquil.”

7.3.2 Costos Administrativos

Los siguientes corresponden a los costos administrativos que la empresa tiene de manera mensual, el rubro más alto es el de sueldos y salarios al contar con 8 empleados, detalle:

Tabla 35 Costos Administrativos

GASTOS ADMINISTRATIVOS	MENSUAL
Sueldos y Salarios	\$ 6.081,35
Gastos de Arriendos	\$ 3.650,00
Servicios básicos	\$ 200,00
Gastos de Mantenimiento Informático	\$ 100,00
Suministros de Oficina	\$ 100,00
Gastos de Seguro	\$ 200,00
TOTAL GASTOS ADMINISTRATIVOS	\$ 10.331,35

Creado por: La Autora **Fuente:** La investigación

7.3.3 Costos de Ventas

Este punto no aplica debido a que no existen costos de ventas en el servicio brindado.

7.3.4 Costos Financieros

Los costos financieros contemplan el pago de intereses por el préstamo bancario con el Banco Nacional del Fomento que tiene una tasa activa del 11,20%, detalle:

Tabla 36 Costos Administrativos

GASTOS FINANCIERO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Pago Interés	\$ 3.687,06	\$ 3.026,54	\$ 2.288,12	\$ 1.462,62	\$ 539,76
TOTAL GASTOS FINANCIERO	\$ 3.687,06	\$ 3.026,54	\$ 2.288,12	\$ 1.462,62	\$ 539,76

Creado por: La Autora **Fuente:** La investigación

Cuadro de tasas activas del Banco Nacional del Fomento se detallan en el anexo.

7.4 Análisis de variables críticas

A continuación se analizarán las variables de costos y precios de la empresa.

“Propuesta para la creación de un gimnasio dedicado al cuidado de la salud de la mujer en la zona norte de Guayaquil.”

7.4.1 Determinación del Precio: Mark Up y Márgenes.

La empresa contará con dos ingresos; el ingreso por inscripción que se paga una vez al año y la mensualidad. Para el cálculo de mark up se tomó como referencia el precio y los costos variables, para el caso de la inscripción no hay costos variables ya que es un rubro que se paga una vez al año para poder registrarse en el centro fitness. El detalle del mark up de cada uno se detallan a continuación:

Tabla 37 Mark up

INSCRIPCIÓN	
MARK UP	
Ingresos	\$ 20,00
Costo de Venta	\$ 0,00
Mark Up	\$ 20,00

MENSUALIDAD	
MARK UP	
Ingresos	\$ 60,00
Costo de Venta	\$ 20,00
Mark Up	\$ 40,00

Mark up total	\$ 60,00
----------------------	-----------------

Creado por: La Autora **Fuente:** La investigación

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

A continuación se detalla los costos e ingresos proyectado a los 5 años del negocio:

Tabla 38 Proyección de Costos e Ingresos

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Nº Personas Gimnasio	3.072	3.164	3.259	3.357	3.458
Ingresos por ventas					
Ingresos	\$ 188.024,32	\$ 207.230,59	\$ 234.792,26	\$ 266.019,63	\$ 301.400,25
Total Ingresos	\$ 188.024,32	\$ 207.230,59	\$ 234.792,26	\$ 266.019,63	\$ 301.400,25
Costos Operativos					
Limpieza y Mantenimiento	\$ 7.680,00	\$ 7.970,21	\$ 8.271,39	\$ 8.583,95	\$ 8.908,32
Total Costos Operativos	\$ 7.680,00	\$ 7.970,21	\$ 8.271,39	\$ 8.583,95	\$ 8.908,32
Utilidad Bruta	\$ 180.344,32	\$ 199.260,38	\$ 226.520,87	\$ 257.435,69	\$ 292.491,93

Creado por: La Autora **Fuente:** La investigación

“Propuesta para la creación de un gimnasio dedicado al cuidado de la salud de la mujer en la zona norte de Guayaquil.”

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

Este punto no aplica para la empresa ya que no existen procesos de producción.

7.4.4 Análisis de Punto de Equilibrio

A continuación se detalla el punto equilibrio de la empresa en donde la misma cumpliendo la cantidad de dinero / personas no gana ni pierde sino que cubre sus gastos.

Tabla 39 Punto de Equilibrio

Punto de equilibrio	
En unidades/personas	
costos fijos	\$ 144.443,12
mark up	\$ 60,00
PE	2407
En dólares	
costos fijos	\$ 144.443,12
promedio de margen de contribución	83,3%
PE	\$ 120.369,27

Creado por: La Autora **Fuente:** La investigación

7.4.5 Análisis de Punto de Cierre

El punto de cierre de la empresa o el punto mínimo que la empresa necesita para cubrir sus gastos es el siguiente:

Tabla 40 Punto de Cierre

Punto de cierre	
En unidades/personas	
costos fijos	\$ 144.443,12
gastos no Erogables	\$ 4.548,86
mark up	\$ 60,00
PC	2332
En dólares	
costos fijos	\$ 144.443,12
gastos no Erogables	\$ 4.548,86
margen de contribución	83,3%
PC	\$ 167.873,11

Creado por: La Autora **Fuente:** La investigación

“Propuesta para la creación de un gimnasio dedicado al cuidado de la salud de la mujer en la zona norte de Guayaquil.”

7.5 Entorno Fiscal de la Empresa

A continuación se detallan los puntos referentes al entorno fiscal de la empresa.

7.5.1 Planificación Tributaria

A continuación se detallan los rubros referentes a la planificación tributaria.

7.5.1.1 Generalidades (Disposiciones normativas)

Dentro del territorio ecuatoriano toda empresa debe cumplir con el pago de las tributaciones internas establecidas por ley, tales como; IVA, Impuesto a la renta, ISD, entre otros.

7.5.1.2 Minimización de la carga fiscal

La empresa buscará minimizar la carga fiscal reduciendo sus ganancias a través del aumento de sus gastos como depreciaciones y amortizaciones.

7.5.1.3 Impuesto a la Renta

Dentro del territorio ecuatoriano el cobro del impuesto a la renta corresponde al 22% tomado de las utilidades antes de impuesto del periodo en marcha, para la empresa los siguientes serían los desembolsos por Impuesto a la renta:

Tabla 41 Impuesto a la Renta

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Utilidad antes de impuestos	\$ 30.516,02	\$ 38.194,70	\$ 54.225,88	\$ 75.473,22	\$ 99.547,78
Impuesto a la Renta	\$ 6.713,52	\$ 8.402,83	\$ 11.929,69	\$ 16.604,11	\$ 21.900,51
Utilidad Neta	\$ 23.802,49	\$ 29.791,87	\$ 42.296,19	\$ 58.869,11	\$ 77.647,27

Creado por: La Autora **Fuente:** La investigación

7.5.1.4 Impuesto al Valor Agregado

La empresa cobrará el 12% de IVA de acuerdo a lo estipulado por la ley, dentro de los flujos no se muestra el valor debido a que el mismo es una transferencia que se hace cuando el consumidor final adquiere un producto y se le cobra este impuesto el mismo que luego va a dar a manos del estado ecuatoriano.

7.5.1.5 Impuestos a los Consumos Especiales

De acuerdo al artículo 82 de la Ley de Consumos Especiales los gimnasios no forman parte del grupo de servicios que deben cancelar este impuesto por lo que este inciso no aplicaría para el negocio. (Ley de Consumos Especiales, 2013)

“Propuesta para la creación de un gimnasio dedicado al cuidado de la salud de la mujer en la zona norte de Guayaquil.”

7.5.1.6 Impuestos, Tasas y Contribuciones Municipales

Las siguientes son las tasas o impuestos municipales que la empresa deberá cancelar:

- Permiso de bomberos
- Tasa de habilitación
- Certificado del uso del Registro de patente municipal
- Impuesto predial.

7.5.1.7 Impuestos al Comercio Exterior

Este inciso no aplica para el negocio debido a que el mismo no incursionará en la exportación del servicio.

7.5.1.8 Impuestos a las Herencias Legados y Donaciones

Este inciso no aplica debido a que en la empresa no se realizarán donaciones o herencias en el tiempo de vida útil del negocio.

7.5.1.9 Impuestos a la Salida de Divisas

Este inciso no aplica para el negocio debido a que el mismo no incursionará en salida de efectivo a otros países.

7.5.1.10 Impuestos a los Vehículos Motorizados

Este inciso no aplica para el negocio debido a que el mismo no incursionará en la compra de vehículos motorizados.

7.5.1.11 Impuestos a las Tierras Rurales

Este inciso no aplica para el negocio debido a que el mismo se desarrollará dentro de la urbe de Guayaquil.

7.6 Estados Financieros proyectados

A continuación se revisarán los puntos referentes a los estados financieros proyectados.

7.6.1 Balance General Inicial

El balance general inicial de la empresa es el siguiente:

“Propuesta para la creación de un gimnasio dedicado al cuidado de la salud de la mujer en la zona norte de Guayaquil.”

Tabla 42 Balance General Inicial

ACTIVOS	Inicial
Activos Corrientes	
Caja/Bancos	\$ 35.464,05
Total Activos Corrientes	\$ 35.464,05
Activos Fijos	
Equipos Fitness	\$ 14.921,70
Muebles de Oficina	\$ 3.060,00
Equipos de Oficina	\$ 802,00
Equipos de Computo	\$ 1.620,00
Adecuaciones	\$ 1.030,60
(-) Depreciación Acumulada	\$ -
Total Activos Fijos	\$ 21.434,30
Activos Diferidos	
Gastos Pre operacionales	\$ 2.161,00
(-) Amortización Acumulada	\$ -
Total Activos Diferidos	\$ 2.161,00
Total Activos	\$ 59.059,35
PASIVOS Y PATRIMONIO	
Pasivos	
Préstamo Bancario	\$ 35.435,61
Total de Pasivos	\$ 35.435,61
Patrimonio	
Capital	\$ 23.623,74
Utilidad del Ejercicio	\$ -
Utilidades Retenidas	\$ -
(+) Recuperación de Activos	
Total Patrimonio	\$ 23.623,74
Total Pasivo + Patrimonio	\$ 59.059,35

Creado por: La Autora **Fuente:** La investigación

7.6.2 Estado de Pérdidas y Ganancias

El siguiente es el estado de pérdidas y ganancias de la empresa por los 5 años de funcionamiento de la empresa, como se puede notar en cada año la empresa aumenta sus utilidades en comparación a su similar el año anterior:

Tabla 43 Estado de Pérdidas y Ganancias

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Nº Personas Gimnasio	3.072	3.164	3.259	3.357	3.458
Ingresos por ventas					
Ingresos	\$ 188.024,32	\$ 207.230,59	\$ 234.792,26	\$ 266.019,63	\$ 301.400,25
Total Ingresos	\$ 188.024,32	\$ 207.230,59	\$ 234.792,26	\$ 266.019,63	\$ 301.400,25
Costos Operativos					

“Propuesta para la creación de un gimnasio dedicado al cuidado de la salud de la mujer en la zona norte de Guayaquil.”

Limpieza y Mantenimiento	\$ 7.680,00	\$ 7.970,21	\$ 8.271,39	\$ 8.583,95	\$ 8.908,32
Total Costos Operativos	\$ 7.680,00	\$ 7.970,21	\$ 8.271,39	\$ 8.583,95	\$ 8.908,32
Utilidad Bruta	\$ 180.344,32	\$ 199.260,38	\$ 226.520,87	\$ 257.435,69	\$ 292.491,93
Egresos					
Gastos Administrativos	\$ 121.927,20	\$ 131.930,43	\$ 140.509,12	\$ 147.211,40	\$ 154.264,36
Gastos de Marketing y Ventas	\$ 14.280,00	\$ 14.819,61	\$ 15.379,62	\$ 15.960,78	\$ 16.563,91
Depreciación	\$ 3.910,54	\$ 3.910,54	\$ 3.910,54	\$ 3.370,54	\$ 3.370,54
Amortización	\$ 638,32	\$ 638,32	\$ 638,32	\$ 638,32	\$ 638,32
Total Gastos	\$ 140.756,06	\$ 151.298,90	\$ 160.437,60	\$ 167.181,05	\$ 174.837,13
Utilidad Operativa	\$ 39.588,26	\$ 47.961,48	\$ 66.083,27	\$ 90.254,64	\$ 117.654,80
Gastos Financieros	\$ 3.687,06	\$ 3.026,54	\$ 2.288,12	\$ 1.462,62	\$ 539,76
Utilidad	\$ 35.901,20	\$ 44.934,94	\$ 63.795,16	\$ 88.792,02	\$ 117.115,04
Pago de utilidades a empleados	\$ 5.385,18	\$ 6.740,24	\$ 9.569,27	\$ 13.318,80	\$ 17.567,26
Utilidad antes de impuestos	\$ 30.516,02	\$ 38.194,70	\$ 54.225,88	\$ 75.473,22	\$ 99.547,78
Impuesto a la Renta	\$ 6.713,52	\$ 8.402,83	\$ 11.929,69	\$ 16.604,11	\$ 21.900,51
Utilidad Neta	\$ 23.802,49	\$ 29.791,87	\$ 42.296,19	\$ 58.869,11	\$ 77.647,27

Creado por: La Autora **Fuente:** La investigación

7.6.2.1 Flujo de Caja Proyectado

El siguiente es el flujo de caja proyectado de la empresa en donde se muestra el desembolso real de dinero anula y las ganancias que se obtienen.

Tabla 44 Flujo de Caja Proyectado

FLUJO DE EFECTIVO PROYECTADO					
Descripción	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Utilidad / Pérdida Neta	\$ 23.802,49	\$ 29.791,87	\$ 42.296,19	\$ 58.869,11	\$ 77.647,27
(-) Pago de Capital	\$ 5.600,88	\$ 6.261,40	\$ 6.999,82	\$ 7.825,33	\$ 8.748,18
(-) Compra de Muebles y Enseres	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00
(-) Compra de Equipos de Oficina	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00
(-) Compra de Equipos de Computación			\$ 0,00	\$ 0,00	
(+) Depreciación	\$ 3.910,54	\$ 3.910,54	\$ 3.910,54	\$ 3.370,54	\$ 3.370,54
(+) Amortización	\$ 638,32	\$ 638,32	\$ 638,32	\$ 638,32	\$ 638,32
(+) Recuperación de Activos					\$ 19.373,10
(+) Recuperación de Capital de Trabajo					\$ 35.464,05
Flujo Final	\$ 22.750,47	\$ 28.079,32	\$ 39.845,23	\$ 55.052,65	\$ 127.745,10

Creado por: La Autora **Fuente:** La investigación

“Propuesta para la creación de un gimnasio dedicado al cuidado de la salud de la mujer en la zona norte de Guayaquil.”

7.6.2.1.1 Indicadores de Rentabilidad y Costo del Capital

A continuación se presentan los indicadores de rentabilidad y costo de capital de la empresa.

7.6.2.1.1.1 TMAR

La empresa considera una TMAR o tasa mínima aceptable por la empresa es del 10,45%, la cual es superior a la tasa pasiva establecida por el Banco Central del Ecuador (4,53%) (BCE, 2014); con lo que los inversionistas se verán atraídos al mismo ya que tendrán mejores beneficios al participar de la empresa a que si depositan su dinero.

Tabla 45TMAR

	TMAR	Ponderación	
TMAR Inversionista	9,33%	40%	3,73%
TMAR Banco	11,20%	60%	6,72%
		TMAR Global	10,45%

Creado por: La Autora **Fuente:** La investigación

7.6.2.1.1.2 VAN

Llevando los valores proyectados a la actualidad nos da como resultado un VAN de \$128.822,49 con lo cual el negocio se hace rentable para sus participantes.

7.6.2.1.1.3 TIR

La tasa interna de retorno o TIR de la empresa es de 56,51% superando así a la tasa mínima aceptable por lo que el negocio se vuelve rentable para quienes participen del mismo.

7.6.2.1.1.4 PAYBACK

El tiempo de retorno de la inversión hecha para la empresa es de 3 años y 6 meses, lo cual está dentro de los 5 años establecidos como tiempo de vida útil de la empresa.

7.7 Análisis de Sensibilidad Multivariable o de Escenarios Múltiples

A continuación se presenta el análisis de sensibilidad de distintas variables, las mismas fueron hechas con una variación de +/- 25%.

“Propuesta para la creación de un gimnasio dedicado al cuidado de la salud de la mujer en la zona norte de Guayaquil.”

7.7.1 Productividad

Este inciso no aplica para la empresa debido a que no existen rubros de producción.

7.7.2 Precio Mercado Local

En cuanto a la variable de precio podemos notar que la misma si es sensible ante una disminución o aumento; en el escenario pesimista que se disminuya la TIR se reduciría en 6 al igual que si se aumenta.

Tabla 46 Precio de Mercado Global

Resumen de escenario				
	Valores actuales:			
		-25%	0%	25%
Celdas cambiantes:				
PRECIO	0%	-25%	0%	25%
Celdas de resultado:				
VAN	\$ 128.822,49	\$ 102.494,43	\$ 128.822,49	\$ 156.390,68
TIR	56,61%	50,00%	56,61%	62,78%

Creado por: La Autora **Fuente:** La investigación

7.7.3 Precio Mercado Externo

Este inciso no es aplicable debido que toda transacción de la empresa se dará dentro del territorio ecuatoriano.

7.7.4 Costo de Materiales Indirectos

Este inciso no es aplicable debido que al ser un servicio la empresa no contempla costos y no posee materiales.

7.7.5 Costo de Suministros y Servicios

Este inciso no es aplicable debido que al ser un servicio la empresa no tiene costos sobre las ventas.

7.7.6 Costo de Mano de Obra Directa

Debido a que no somos una empresa productora no contamos con costos de mano de obra pero se analizarán los sueldos de los empleados en general. Esta variable no es muy sensible antes un cambio viéndose modificada su TIR solo con 1%.

“Propuesta para la creación de un gimnasio dedicado al cuidado de la salud de la mujer en la zona norte de Guayaquil.”

Tabla 47 Costo de mano de obra directo

Resumen de escenario				
	Valores actuales:			
		-25%	0%	25%
Celdas cambiantes:				
SUELDO	0%	-25%	0%	25%
Celdas de resultado:				
VAN	\$ 128.822,49	\$ 131.018,05	\$ 128.822,49	\$ 126.606,71
TIR	56,61%	57,18%	56,61%	56,03%

Creado por: La Autora **Fuente:** La investigación

7.7.7 Costo de Mano de Obra Indirecta

Este inciso no es aplicable la empresa no incurrirá en costos de mano de obra ya sea indirecta o directa.

7.7.8 Gastos Administrativos

Los gastos administrativos son otros costos que no se ven afectados ante un cambio de aumento o disminución, su variación es de 1 punto.

Tabla 48 Gastos Administrativos

Resumen de escenario				
	Valores actuales:			
		-25%	0%	25%
Celdas cambiantes:				
G. AD	0%	-25%	0%	25%
Celdas de resultado:				
VAN	\$ 128.822,49	\$ 134.334,63	\$ 128.822,49	\$ 123.389,98
TIR	56,61%	57,33%	56,61%	55,88%

Creado por: La Autora **Fuente:** La investigación

7.7.9 Gastos de Ventas

Este inciso no es aplicable la empresa no incurrirá en gastos de venta al ser una empresa de servicio.

7.7.10 Inversión en Activos Fijos

La inversión en activos fijos es el punto más sensible para la empresa. En un escenario positivo que se disminuyan sus costos en un 25% la TIR aumenta 21% de lo actual, mientras que si aumentan en la misma proporción la disminución del TIR se da en 14 puntos.

“Propuesta para la creación de un gimnasio dedicado al cuidado de la salud de la mujer en la zona norte de Guayaquil.”

Tabla 49 Inv. Activos Fijos

Resumen de escenario				
	Valores actuales:			
		-25%	0%	25%
Celdas cambiantes:				
ACT. FIJ	0%	-25%	0%	25%
Celdas de resultado:				
VAN	\$ 128.822,49	\$ 151.544,93	\$ 128.822,49	\$ 106.100,06
TIR	56,61%	77,31%	56,61%	42,95%

Creado por: La Autora **Fuente:** La investigación

7.7.11 Tasa de interés promedio (puntos porcentuales)

La tasa de interés se ve afectada mayor mente en el caso de que se disminuya la misma, también se ve afectada si la misma aumenta pero su diferencia con lo actual es mínima.

Tabla 50 Tasa de Interés

Resumen de escenario				
	Valores actuales:			
		-25%	0%	25%
Celdas cambiantes:				
T. INT	0%	-25%	0%	25%
Celdas de resultado:				
VAN	\$ 128.822,49	\$ 141.249,40	\$ 128.822,49	\$ 117.311,38
TIR	56,61%	57,09%	56,61%	56,11%

Creado por: La Autora **Fuente:** La investigación

7.8 Balance General

ACTIVOS	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Activos Corrientes					
Caja/Bancos	\$ 58.214,52	\$ 86.293,85	\$ 126.139,07	\$ 181.191,72	\$ 308.936,82
Total Activos Corrientes	\$ 58.214,52	\$ 86.293,85	\$ 126.139,07	\$ 181.191,72	\$ 308.936,82
Activos Fijos					
Equipos Fitness	\$ 14.921,70	\$ 14.921,70	\$ 14.921,70	\$ 14.921,70	\$ 14.921,70
Muebles de Oficina	\$ 3.060,00	\$ 3.060,00	\$ 3.060,00	\$ 3.060,00	\$ 3.060,00
Equipos de Oficina	\$ 802,00	\$ 802,00	\$ 802,00	\$ 802,00	\$ 802,00
Equipos de Computo	\$ 1.620,00	\$ 1.620,00	\$ 1.620,00	\$ 1.620,00	\$ 1.620,00
Adecuaciones	\$ 1.030,60	\$ 1.030,60	\$ 1.030,60	\$ 1.030,60	\$ 1.030,60
(-) Depreciación Acumulada	-\$ 3.910,54	-\$ 7.821,08	-\$ 11.731,62	-\$ 15.102,16	-\$ 18.472,70
Total Activos Fijos	\$ 17.523,76	\$ 13.613,22	\$ 9.702,68	\$ 6.332,14	\$ 2.961,60
Activos Diferidos					

“Propuesta para la creación de un gimnasio dedicado al cuidado de la salud de la mujer en la zona norte de Guayaquil.”

Gastos Pre operacionales	\$ 2.161,00	\$ 2.161,00	\$ 2.161,00	\$ 2.161,00	\$ 2.161,00
(-) Amortización Acumulada	-\$ 638,32	-\$ 1.276,64	-\$ 1.914,96	-\$ 2.553,28	-\$ 3.191,60
Total Activos Diferidos	\$ 1.522,68	\$ 884,36	\$ 246,04	-\$ 392,28	-\$ 1.030,60
Total Activos	\$ 77.260,97	\$ 100.791,43	\$ 136.087,80	\$ 187.131,58	\$ 310.867,82
PASIVOS Y PATRIMONIO					
Pasivos					
Préstamo Bancario	\$ 29.834,73	\$ 23.573,33	\$ 16.573,51	\$ 8.748,18	\$ 0,00
Total de Pasivos	\$ 29.834,73	\$ 23.573,33	\$ 16.573,51	\$ 8.748,18	\$ 0,00
Patrimonio					
Capital	\$ 23.623,74	\$ 23.623,74	\$ 23.623,74	\$ 23.623,74	\$ 23.623,74
Utilidad del Ejercicio	\$ 23.802,49	\$ 29.791,87	\$ 42.296,19	\$ 58.869,11	\$ 77.647,27
Utilidades Retenidas	\$ 0,00	\$ 23.802,49	\$ 53.594,36	\$ 95.890,55	\$ 154.759,66
(+) Recuperación de Activos					\$ 54.837,15
Total Patrimonio	\$ 47.426,23	\$ 77.218,10	\$ 119.514,29	\$ 178.383,40	\$ 310.867,82
Total Pasivo + Patrimonio	\$ 77.260,97	\$ 100.791,43	\$ 136.087,80	\$ 187.131,58	\$ 310.867,82

7.8.1 Razones Financieras

A continuación se detallan las razones financieras de la empresa.

7.8.1.1 Liquidez

La liquidez de la empresa se la estableció con el capital de trabajo más los flujos de caja proyectados debido a que estos son el dinero inmediato con el que la empresa puede contar, detalle:

Tabla 51 Liquidez

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Liquidez					
Índice de Liquidez	1,95	3,66	7,61	20,71	
Capital Neto de Trabajo	\$ 58.214,52	\$ 86.293,85	\$ 126.139,07	\$ 181.191,72	\$ 308.936,82

Creado por: La Autora **Fuente:** La investigación

7.8.1.2 Gestión

En este punto se analiza como son gestionados los diferentes rubros que tiene que ver con el día de la empresa, para temas de análisis se tomó la rotación de los activos totales y el capital de trabajo ya que es el dinero que se necesita para que la empresa opere día a día.

Ambos ratios crecen a medidas que pasan los años, los activos totales rotaron 1 vez en el primer año mientras que el capital de trabajo lo hizo 5 veces al año.

“Propuesta para la creación de un gimnasio dedicado al cuidado de la salud de la mujer en la zona norte de Guayaquil.”

Tabla 52 Gestión

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Gestión					
Rotación del Activo Total	1,54	1,57	1,67	1,81	1,95
Rotación de Capital de Trabajo	5,30	5,84	6,62	7,50	8,50

Creado por: La Autora **Fuente:** La investigación

7.8.1.3 Endeudamiento

Debido a que para el sostenimiento de la empresa se realizó dos tipos de financiamiento, por un lado inversión de accionistas y por el otro préstamo a una institución bancaria es necesario analizar su estado para poder conocer cómo está la empresa con el endeudamiento. El nivel de endeudamiento va descendiendo en los años siguientes arrancando con un 39%.

En el caso del apalancamiento interno mide la relación del patrimonio con el endeudamiento en el primer año es de 1,59 lo que quiere decir que por cada \$1 de deuda \$0,59 es aportado por los accionistas, por otro lado el apalancamiento externo que es de \$0,63 representan que por cada dólar \$0,63 es para los inversionistas.

Tabla 53 Endeudamiento

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Apalancamiento					
Endeudamiento	0,39	0,23	0,12	0,05	0,00
Apalancamiento Interno	1,59	3,28	7,21	20,39	
Apalancamiento Externo	0,63	0,31	0,14	0,05	0,00
Autonomía	0,61	0,77	0,88	0,95	1,00

Creado por: La Autora **Fuente:** La investigación

7.8.1.4 Rentabilidad

El análisis de la rentabilidad ayuda a verificar como están dadas las inversiones y cuál es el punto que genera una mayor utilidad a la empresa.

Todos los márgenes de utilidad van en aumento por lo que la empresa va ganando dinero y sobre todos sus costos y gastos para generar una utilidad.

En el caso de ROA se mide el rendimiento de las ganancias sobre la inversión de activos entre más grande sea eso mayor será la utilidad, mientras que el ROE mide la eficiencia para generar ganancias de la empresa.

“Propuesta para la creación de un gimnasio dedicado al cuidado de la salud de la mujer en la zona norte de Guayaquil.”

Tabla 54 Rentabilidad

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Rentabilidad					
Margen de Utilidad Operativa	21,05%	23,14%	28,15%	33,93%	39,04%
Margen de UAI	16,23%	18,43%	23,10%	28,37%	33,03%
Margen de Utilidad Neta	12,66%	14,38%	18,01%	22,13%	25,76%
ROA	30,81%	29,56%	31,08%	31,46%	24,98%
ROE	50,19%	38,58%	35,39%	33,00%	24,98%
Rendimiento sobre Capital de T.	67,12%	84,01%	119,26%	166,00%	218,95%

Creado por: La Autora **Fuente:** La investigación

7.9 Conclusión Financiera

Después de haber analizado la información arriba expuesta podemos concluir que la empresa se encuentra en la capacidad de cubrir sus gastos y obtener ingresos mayores, con índices de liquidez y gestión aceptable y una TIR del 56,61% superior a la tasa mínima aceptable, además a pesar de contar con un escenario desfavorable del -25% la empresa no obtiene una TIR menor al 40% lo cual se encuentra dentro del rango de aceptación.

“Propuesta para la creación de un gimnasio dedicado al cuidado de la salud de la mujer en la zona norte de Guayaquil.”

CAPÍTULO 8

PLAN DE CONTINGENCIA

“Propuesta para la creación de un gimnasio dedicado al cuidado de la salud de la mujer en la zona norte de Guayaquil.”

CAPÍTULO 8

8. PLAN DE CONTIGENCIA

8.1 Plan de administración del riesgo

A continuación se detallan los puntos referentes al plan de administración del riesgo.

8.1.1 Principales riesgos

Tabla 55Riesgos

Descripción	Determinación del Riesgo	
	Condición	Consecuencia
Bajo margen de ganancia	Precio mal establecido	Menos utilidades
Nuevas Tendencias	Personas gusten nuevas actividades fitness	Reducción de la demanda
Mala planificación	Mala estimación de tiempos y recursos	Aumentos de costos y tiempos
Nuevos competidores	Nuevos centros de gimnasia en la ciudad de Guayaquil	Perdida de participación de mercado
Robo	Poca seguridad en la empresa	Perdida de bienes materiales
Falta de recursos para brindar el servicio	Mala distribución de espacio y poco abastecimiento	Cientas insatisfechas

Creado por: La Autora **Fuente:** La investigación

8.1.2 Reuniones para mitigar los riesgos

Se realizarán reuniones de manera semestral entre el gerente general y los socios de la empre en donde se tratan los posibles riegos que tenga la empresa y la manera de disminuir su impacto.

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

La tormenta de ideas es una herramienta que ayudará a obtener distintas formas de prevenir los riesgos, a continuación detallo el listado de los riesgos y sus mitigaciones:

“Propuesta para la creación de un gimnasio dedicado al cuidado de la salud de la mujer en la zona norte de Guayaquil.”

Tabla 56 Lista de Verificación

Descripción	Mitigación
Bajo margen de ganancia	Obtener un market share superior al 30%
Nuevas Tendencias	Mantenerse informado de las nuevas tendencias
Mala planificación	Realización de un cronograma y plan de costos
Nuevos competidores	Realizar campañas publicitarias para crear recordación
Robo	Implementar normas de seguridad y contratar un seguro
Falta de recursos para brindar el servicio	Realizar una distribución del lugar de acuerdo a la capacidad del negocio

Creado por: La Autora **Fuente:** La investigación

8.2 Planeación de la respuesta al riesgo

A continuación se detalla el plan de riesgos de la empresa

8.2.1 Monitoreo y control del riesgo

Para monitorear los riesgos se realizarán los siguientes controles:

Tabla 57 Control de Riesgos

Descripción	Control
Bajo margen de ganancia	Revisión de estados de cuentas
Nuevas Tendencias	Benchmarking con el mercado actual
Mala planificación	Implementación de cronogramas de actividades a realizar
Nuevos competidores	Observación de nuevos competidores
Robo	Realizar inventario una vez al mes

“Propuesta para la creación de un gimnasio dedicado al cuidado de la salud de la mujer en la zona norte de Guayaquil.”

Falta de recursos para brindar el servicio	Encuestas a clientas
--	----------------------

Creado por: La Autora **Fuente:** La investigación

8.2.2 Revisiones periódicas y evaluación del riesgo

En las reuniones que se tendrán para mitigar los riesgos se realizarán las evaluaciones pertinentes y revisiones de la empresa.

8.2.3 Reporte del riesgo

En cada reunión se realizará reportes de los riesgos encontrados y de las medidas a tomar por cada uno, este reporte será revisado en la siguiente reunión y se constatará que se esté tomando las medidas para disminuir su impacto.

8.2.4 Estrategias de Salida

De ocurrir un riesgo el cual su impacto sea muy grande y la empresa no pueda enfrentarlo la estrategia de salida será vender los activos existentes y liquidar la empresa.

8.3 Plan de Contingencia y Acciones Correctivas

Tabla 58 Plan de Contingencia

Descripción	Plan Contingencia	Responsable
Bajo margen de ganancia	Establecer un mejor precio de venta	Administrador
Nuevas Tendencias	Actualizar periódicamente las actividades a ofrecer	Administrador
Mala planificación	Mantener status de control para revisar los tiempos y recursos a utilizarse	Administrador
Nuevos competidores	Realizar promociones para afianzar a las actuales clientas	Administrador
Robo	Ejecutar un plan de seguridad y anti robo y ejecutar el seguro	Administrador
Falta de recursos para brindar el servicio	Ejecutar un plan de seguridad y anti robo y ejecutar el seguro	Administrador

Creado por: La Autora **Fuente:** La investigación

“Propuesta para la creación de un gimnasio dedicado al cuidado de la salud de la mujer en la zona norte de Guayaquil.”

CAPÍTULO 9

CONCLUSIONES

“Propuesta para la creación de un gimnasio dedicado al cuidado de la salud de la mujer en la zona norte de Guayaquil.”

CAPÍTULO 9

9. CONCLUSIONES

Una vez finalizado el análisis de todos los puntos contenidos en el presente trabajo de titulación podemos concluir:

El trabajo es factible generando plazas de trabajo en el país y además teniendo un aporte social al ayudar con el desenvolvimiento en la sociedad a las mujeres.

El análisis de mercado reflejó que el servicio tendría un 77% de aceptación entre nuestras clientas potenciales con lo que la demanda es alta y ayuda a generar mayores ingresos para la empresa. La competencia actual en el mercado directo es de gimnasios convencionales, solo se cuenta con uno que se dedica solo a las mujeres para tiene técnicas fitness que ya están quedando obsoletas y que las clientas están cambiando por las nuevas técnicas.

El gran auge de nuevas técnicas fitness ayuda con la minimización de gastos ya que son técnicas que no necesitan el empleo de máquinas caras, además son de gran aceptación por nuestro grupo objetivo.

El sector en el que se va a desarrollar la empresa se encuentra en auge y tiene un crecimiento rápido y una demanda en aumento lo que ayuda a su sostenibilidad.

A través del estudio financiero se determinó la factibilidad del mismo teniendo una TIR del 56.61% y una TMAR del 10,45%. Los ingresos superan los costos y gastos lo cual genera utilidades para los inversionistas.

Finalmente el trabajo se encuentra listo para su puesta en marcha después de haber realizado todos los estudios necesarios arrojando que es una buena opción para emprender en el país.

“Propuesta para la creación de un gimnasio dedicado al cuidado de la salud de la mujer en la zona norte de Guayaquil.”

CAPÍTULO 10

RECOMENDACIONES

“Propuesta para la creación de un gimnasio dedicado al cuidado de la salud de la mujer en la zona norte de Guayaquil.”

CAPÍTULO 10

10. RECOMENDACIONES

Una vez finalizado el estudio completo del trabajo de titulación se recomienda:

Siempre mantenerse al día en las nuevas tendencias y competencia existente en el mercado para así poder estar siempre innovando y mantener la clientas actuales en la cartera de negocios.

Realizar encuestas y/o entrevistas de satisfacción tanto a empleados y clientas para poder solucionar problemas o mejorar ciertos inconvenientes que pueden salir en el paso.

Nunca descuidar la calidad de servicio brindado a las clientas, ellas son el valor máspreciado de la empresa y se debe tratar de cubrir al 100% sus necesidades y expectativas.

Capacitar y mantener motivado al personal ya que son las personas que se encuentran en mayor contacto con el cliente final y por ende son la cara de la empresa.

“Propuesta para la creación de un gimnasio dedicado al cuidado de la salud de la mujer en la zona norte de Guayaquil.”

CAPÍTULO 11

FUENTES

“Propuesta para la creación de un gimnasio dedicado al cuidado de la salud de la mujer en la zona norte de Guayaquil.”

CAPÍTULO 11

11. FUENTES

11.1 Bibliografía

- Abraham Maslow*. (1943). Obtenido de http://es.wikipedia.org/wiki/Pir%C3%A1mide_de_Maslow
- Octavio Groppa*. (12 de 2004). Obtenido de <http://uca.edu.ar/uca/common/grupo32/files/Las-necesidades-Groppa-2004.pdf>
- SENPLADES*. (2009). Recuperado el 06 de 03 de 2013, de <http://www.planificacion.gob.ec/plan-nacional-para-el-buen-vivir-2009-2013/>
- Diario Hoy*. (20 de Abril de 2011). Obtenido de <http://www.hoy.com.ec/noticias-ecuador/ecuador-rezagado-en-tecnologia-470705.html>
- Ecuador Inmediato*. (30 de 05 de 2011). Recuperado el 06 de 03 de 2013, de http://www.ecuadorinmediato.com/index.php?module=Noticias&func=news_user_view&id=150721&umt=expreso_guayaquil_guayas_que_mayor_riqueza_genera_al_pais
- INEC*. (2011). Obtenido de www.inec.gob.ec
- Campofrío*. (22 de 05 de 2012). Obtenido de <http://e-mujeres.net/noticias/campofrio-opta-publicidad-sexista>
- Diario Hoy*. (20 de Julio de 2012). Obtenido de <http://www.hoy.com.ec/noticias-ecuador/oferta-del-ejercicio-se-dinamiza-y-pasa-a-ser-un-buen-negocio-556290.html>
- GEM ECUADOR*. (2012). Obtenido de <http://www.gem-spain.com/Mis%20archivos/Informes/GEM%20Ecuador%202012.pdf>
- Ministerio de Relaciones Laborales*. (13 de 08 de 2012). Obtenido de <http://www.relacioneslaborales.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2012/09/A-0140-2012.pdf>
- Organización Internacional del Trabajo*. (18 de Diciembre de 2012). Obtenido de http://ilo.org/americas/sala-de-prensa/WCMS_195955/lang--es/index.htm
- Antecedentes de los Gimnasios*. (2013). Recuperado el 29 de Mayo de 2013, de http://www.trabajo.com.mx/antecedentes_y_beneficios_de_un_gimnasio.htm
- Carlos Yaguachi*. (20 de 05 de 2013). Recuperado el 23 de 09 de 2013, de <http://www.andes.info.ec/es/deportes/programa-ejercitate-ecuador-reduce-sedentarismo-250000-ecuatorianos.html>
- Código de Trabajo*. (2013). Guayaquil.
- Contours Express*. (2013). Recuperado el 07 de 03 de 2013, de <http://www.contoursexpress.com/>
- CURVES*. (2013). Recuperado el 07 de 03 de 2013, de <http://curveslatinoamerica.com/sitio/>
- Diccionario Fitness*. (2013). Recuperado el 07 de 03 de 2013, de <http://www.vitonica.com/vitonica/diccionario-del-fitness-i>

“Propuesta para la creación de un gimnasio dedicado al cuidado de la salud de la mujer en la zona norte de Guayaquil.”

- Ejercicios de Kegel.* (2013). Recuperado el 23 de 09 de 2013, de <http://www.ejercicioskegel.com/>
- El fin del mito masculino.* (2013). Recuperado el 11 de Agosto de 2013, de <http://www.mitomasculino.com/>
- FEIM.* (2013). Recuperado el 07 de 03 de 2013, de <http://www.feim.org.ar/ds.html>
- Inec.* (2013). Recuperado el 06 de 03 de 2013, de <http://redatam.inec.gob.ec/cgibin/RpWebEngine.exe/PortalAction?&MODE=MAIN&BASE=CPV2010&MAIN=WebServerMain.inl>
- Investigación de Mercado.* (2013). Recuperado el 25 de 09 de 2013, de <http://www.gloriaortega.com/investigacion-de-mercados.html>
- (2013). *Ley de Compañías.* 2013: Superintendencia de Compañías.
- Ley de Consumos Especiales.* (2013). Guayaquil.
- Ley de Deporte y Recreación del Ecuador.* (2013). Recuperado el 21 de Julio de 2013, de <http://www.deporte.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2012/09/ley-del-deporte-educacin-fsica-y-recreacin-11-de-agosto-de-20101.pdf>
- Medline Plus.* (2013). Recuperado el 28 de Mayo de 2013, de <http://www.nlm.nih.gov/medlineplus/spanish/ency/article/003998.htm>
- MIES.* (2013). Recuperado el 27 de Mayo de 2013, de <http://www.inclusion.gob.ec/politica-social/>
- Portal de Compras Públicas.* (2013). Recuperado el 29 de Enero de 2013, de <http://portal.compraspublicas.gob.ec/incop/obtencion-del-registro-2/>
- Real Academia de la Lengua.* (2013). Recuperado el 30 de Mayo de 2013, de www.rae.es
- Revista Vanguardia.* (9 de 02 de 2013). Recuperado el 24 de Julio de 2013, de <http://www.vanguardia.com.mx/aumentaelporcentajedegimnasiosenmexico-1479806.html>
- Sano Obesidad Center.* (2013). Recuperado el 28 de Mayo de 2013, de http://www.sanoobeso.com/index.php?option=com_content&task=view&id=62&Itemid=2
- SINDE.* (2013). Recuperado el 06 de 03 de 2013, de http://www2.ucsg.edu.ec/index.php?option=com_content&view=article&id=209&Itemid=301
- Spain Fitness.* (2013). Recuperado el 28 de Mayo de 2013, de <http://www.spainfitness.com/gimnasia/articulo/gimnasios-solo-para-mujeres.html>
- BCE.* (2014). Recuperado el 8 de Enero de 2014, de <http://www.bce.fin.ec/index.php/indicadores-economicos>
- Centro de Arbitraje y Conciliación.* (2014). Recuperado el 29 de Enero de 2014, de http://www.centrodearbitraje.org/index.php?option=com_content&view=article&id=1&Itemid=3
- Seguros Unidos.* (2014). Recuperado el 8 de Marzo de 2014, de <http://www.segurosunidos.ec/es/cotizador-en-l%C3%ADnea>
- Alfaro, E. (28 de 6 de 2004). <http://www.revistaeducacion.mec.es/>. Recuperado el 2013 de 8 de 14, de http://www.revistaeducacion.mec.es/re335/re335_11.pdf

“Propuesta para la creación de un gimnasio dedicado al cuidado de la salud de la mujer en la zona norte de Guayaquil.”

- Ampuero, M. (09 de 03 de 2003). <http://www.eluniverso.com/>. Recuperado el 21 de Julio de 2013, de <http://www.eluniverso.com/2003/04/09/0001/18/43731150858F458C9218708182F1622A.html>
- Brenes, C. (3 de 02 de 2013). *Nuevas Tendencias*. Recuperado el 29 de Mayo de 2013, de <http://www.elfinancierocr.com>: http://www.elfinancierocr.com/negocios/Acondicionamiento_fisico-salud-gimnasios_0_238176193.html
- Deportes.org*. (s.f.). Recuperado el 21 de Julio de 2013, de <http://www.efdeportes.com/efd105/la-participacion-de-las-mujeres-en-los-deportes.htm>
- Dicaprio, N. S. (1996). *Teorías de la Personalidad*. México: McGraw-Hill Interamericana de Méxcio.
- Gimnasios*. (s.f.). Recuperado el 29 de Mayo de 2013, de <http://gymcufide.blogspot.com/2010/11/marco-teorico.html>
- Guyton, A. C. (1956). *Tratado de Fisiología Médica*. Misissipi.
- Heredia, L. (20 de 05 de 2012). <http://www.semana.ec/>. Recuperado el 7 de Marzo de 2013, de <http://www.semana.ec/ediciones/2012/05/20/actualidad/actualidad/la-onda-fitness-mas-que-una-rutina/>
- Komiya, A. (02 de 05 de 2014). Obtenido de <http://www.crecenegocios.com/que-es-un-plan-de-negocios/>
- Liderazgo con Valores*. (s.f.). Recuperado el 26 de Mayo de 2013, de <http://istmo.mx/2012/11/urge-renovar-paradigmas-en-la-relacion-mujer-hombre/>
- MCPEC*. (s.f.). Recuperado el 8 de Enero de 2014, de <http://www.produccion.gob.ec/>
- Melamed, A. (s.f.). <http://www.redunirse.org/>. Recuperado el 14 de 08 de 2013, de <http://www.redunirse.org/files/Conciliaci%C3%B3n%20vida%20personal%20y%20vida%20laboral%20-%20Por%20Alejandro%20Melamed.pdf>
- Metodo de Investigación Científica*. (s.f.). Recuperado el 11 de 08 de 2013, de http://www.ecured.cu/index.php/M%C3%A9todos_Cient%C3%ADficos_de_Investigaci%C3%B3n
- OMS*. (s.f.). Recuperado el 3 de Marzo de 2013, de <http://www.who.int/suggestions/faq/es/index.html>
- Portal Fitness*. (s.f.). Recuperado el 24 de Julio de 2013, de <http://www.portalfitness.com/Nota.aspx?i=2259>
- Ramos, S. (13 de 04 de 2012). <http://www.goldsgympuertovallarta.com>. Recuperado el 27 de Mayo de 2013, de <http://www.goldsgympuertovallarta.com/blog/2012/04/la-historia-del-gimnasio/>
- Tercedor, D. y. (s.f.). <http://ocw.um.es>. Recuperado el 14 de 08 de 2013, de http://ocw.um.es/gat/contenidos/palopez/afs2011/lecturas/texto_introductorio_delgado_y_Tercedor.pdf

“Propuesta para la creación de un gimnasio dedicado al cuidado de la salud de la mujer en la zona norte de Guayaquil.”

Varela, F. (02 de 05 de 2014). Obtenido de <http://estudiodefactibilidadyproyectos.blogspot.com/2010/09/factibilidad-y-viabilidad.html>

“Propuesta para la creación de un gimnasio dedicado al cuidado de la salud de la mujer en la zona norte de Guayaquil.”

CAPÍTULO 12

ANEXOS

“Propuesta para la creación de un gimnasio dedicado al cuidado de la salud de la mujer en la zona norte de Guayaquil.”

CAPÍTULO 12

12. ANEXOS

12.1 Anexo #1 Contratos.

Contrato de prestación de Servicios:

Comparecen a la celebración del presente contrato por una parte la compañía Miss Woman Cia. Ltda. Representada por su Gerente General Gianella Estefania Gálvez Ortega a quien en adelante y para efectos del presente contrato se le denominara como EL CONTRATANTE; y, por otra parte _____, por sus propios derechos, a quien en adelante se le denominará simplemente como EL PROFESIONAL; los comparecientes son ecuatorianos, domiciliados en la ciudad de Guayaquil, hábiles para contratar, como en efecto lo hacen al tenor de las siguientes cláusulas:

Primera.- antecedentes:

EL CONTRATANTE es una empresa legalmente constituida en el Ecuador, que se dedica a brindar un servicio fitness a las mujeres. EL PROFESIONAL es una especialista _____.

Segunda.- objeto:

Mediante el presente documento, EL CONTRATANTE contrata los servicios lícitos y personales de EL PROFESIONAL. En tal sentido, las funciones que EL PROFESIONAL deberá desempeñar serán entre otras, las siguientes: (Enumerar las funciones que desempeñara el profesional.)

Funciones éstas que por ser lícitas, personales, y por no atentar a la ley, moral o buenas costumbres EL PROFESIONAL acepta y se compromete a cumplir.

Tercera.- honorarios profesionales:

“Propuesta para la creación de un gimnasio dedicado al cuidado de la salud de la mujer en la zona norte de Guayaquil.”

Como contraprestación a los servicios que EL PROFESIONAL se obliga a prestar mediante el presente instrumento, EL CONTRATANTE se compromete a cancelar, por concepto de Honorarios Profesionales, la suma mensual de _____ (_____00/100 dólares), valor al cual se le realizarán todos los descuentos o sustracciones que por ley deban realizarse. El pago por concepto de Honorarios Profesionales será pagado por EL CONTRATANTE dentro de los dos primeros días laborables del mes siguiente al causado o vencido, siempre que EL PROFESIONAL haya presentado la factura correspondiente. EL PROFESIONAL será responsable ante los órganos de Control y Recaudación de cumplir con sus cargas u obligaciones tributarias que el pago de los Honorarios Profesionales genere.

Cuarta.- facilidades:

EL CONTRATANTE brindará todo tipo de facilidades a EL PROFESIONAL con el propósito de que cumpla las funciones que le corresponden. EL PROFESIONAL, cuando lo requiera, contará con la colaboración de los otros profesionales, auxiliares, técnicos, asistentes o demás personal administrativo de EL CONTRATANTE.

Quinta.- naturaleza:

En vista de que el presente Contrato es de naturaleza Civil, EL CONTRATANTE no tendrá ninguna obligación laboral con EL PROFESIONAL, por lo que no están ni se entienden incorporadas al presente Contrato las disposiciones del Código del Trabajo ni las demás relativas a este tipo de relaciones.

Sexta.- confidencialidad:

En vista de que EL PROFESIONAL tendrá acceso a información Confidencial tanto proveniente de los clientes de EL CONTRATANTE, se compromete y obliga a guardar absoluta reserva respecto a toda la información a la que tenga acceso. Por tanto, todos los documentos, cartas, planes, proyectos, configuraciones, bases de datos, redes, sistemas, lista de clientes, códigos, contraseñas, contratos y demás instrumentos o información relacionada a su trabajo a los que tenga acceso deberán

“Propuesta para la creación de un gimnasio dedicado al cuidado de la salud de la mujer en la zona norte de Guayaquil.”

permanecer dentro de las oficinas de EL CONTRATANTE, a menos que con el fin de cumplir con los servicios materia del presente contrato deba transportarlos a otros lugares. Adicionalmente, toda la información oral a la que tenga acceso, relacionada con todo tipo de documentos, cartas, planes, proyectos, configuraciones, bases de datos, redes, sistemas, lista de clientes, códigos, contraseñas, contratos y demás instrumentos. La información confidencial a la que EL PROFESIONAL tenga acceso no podrá ser divulgada a ningún tercero, y por ningún motivo. Esta prohibición estará vigente hasta cinco (5) años después de la finalización del presente Contrato. En caso de comprobarse negligencia, dolo o culpa leve por parte de EL PROFESIONAL en la divulgación de información confidencial, EL CONTRATANTE podrá terminar unilateralmente el presente contrato sin perjuicio de las acciones legales que pueda iniciar.

Séptima.- duración:

El presente Contrato tendrá un plazo de duración de UN (1) año contado a partir de su suscripción, luego de lo cual las partes podrán acordar renovarlo por plazos similares. Sin embargo, si alguna de las partes manifiesta su voluntad contraria a renovarlo, EL PROFESIONAL no deberá recibir, ni podrá exigir ningún tipo de liquidación, indemnización o remuneración especial. Las partes expresamente aclaran que el presente Contrato no se renovará automáticamente por ningún motivo.

Octava.- jurisdicción y competencia:

Las Partes se comprometen a ejecutar de buena fe las obligaciones recíprocas que contraen mediante este Contrato y a realizar todos los esfuerzos requeridos para superar, de mutuo acuerdo, cualquier controversia. Toda controversia o diferencia será resuelta con la asistencia de un mediador del Centro de Arbitraje y Mediación de la Cámara de Comercio de Guayaquil. En el evento que el conflicto no fuere resuelto mediante este procedimiento, las partes someten sus controversias a la resolución de un Tribunal de Arbitraje que se sujetará a lo dispuesto en la Ley de Arbitraje y Mediación.

“Propuesta para la creación de un gimnasio dedicado al cuidado de la salud de la mujer en la zona norte de Guayaquil.”

Para constancia de todo lo acordado en el presente contrato y ratificándose en todas y cada una de las cláusulas, las partes lo suscriben en original y una copia en esta ciudad de Guayaquil, _____ del 2014.

EL CONTRATANTE

EL PROFESIONAL

12.2 Anexo #2 Tasa activa Banco Nacional del Fomento

Tasas de Interés Activas

Circular	GF. 12-2014	Quito, 30 de abril de 2014
Señor Gerente Sucursal BANFOMENTO		
Circular Tasas de Interés para el Banco Nacional de Fomento		
Para el periodo de mayo de 2014		
Tasas Activas Efectivas		
CRÉDITO COMERCIAL		APLICACIÓN DE REAJUSTES: COMERCIALIZACIÓN
COMERCIALIZACIÓN	TASA INTERÉS 11,2%	EL MARGEN DE REAJUSTE DURANTE EL PERIODO DE CRÉDITO, SERÁ 1,33 PUNTOS SOBRE LA TASA ACTIVA EFECTIVA REFERENCIAL PRODUCTIVO PYMES DEL BANCO CENTRAL DEL ECUADOR VIGENTE EN LA SEMANA DE REAJUSTE, LA TASA RESULTANTE NO SERÁ MAYOR A LA TASA EFECTIVA MÁXIMA PRODUCTIVO PYMES

12.3 Anexo # 3 Tabla de Amortización

DATOS PARA EL FINANCIAMIENTO			
Préstamo	35.436		
Tasa de Interés	11,2%	0,9333%	Mensual
Periodos	60		
Pago	\$ 774		

*Banco del Fomento

PERIODOS	SALDO DE CAPITAL INICIAL	PAGO	CAPITAL	INTERESES	SALDO DE CAPITAL FINAL
0	\$ 35.436				\$ 35.436
1	\$ 35.436	\$ 774	\$ 443	\$ 331	\$ 34.992
2	\$ 34.992	\$ 774	\$ 447	\$ 327	\$ 34.545
3	\$ 34.545	\$ 774	\$ 452	\$ 322	\$ 34.093
4	\$ 34.093	\$ 774	\$ 456	\$ 318	\$ 33.638
5	\$ 33.638	\$ 774	\$ 460	\$ 314	\$ 33.178
6	\$ 33.178	\$ 774	\$ 464	\$ 310	\$ 32.713

“Propuesta para la creación de un gimnasio dedicado al cuidado de la salud de la mujer en la zona norte de Guayaquil.”

7	\$ 32.713	\$ 774	\$ 469	\$ 305	\$ 32.245
8	\$ 32.245	\$ 774	\$ 473	\$ 301	\$ 31.771
9	\$ 31.771	\$ 774	\$ 477	\$ 297	\$ 31.294
10	\$ 31.294	\$ 774	\$ 482	\$ 292	\$ 30.812
11	\$ 30.812	\$ 774	\$ 486	\$ 288	\$ 30.326
12	\$ 30.326	\$ 774	\$ 491	\$ 283	\$ 29.835
13	\$ 29.835	\$ 774	\$ 496	\$ 278	\$ 29.339
14	\$ 29.339	\$ 774	\$ 500	\$ 274	\$ 28.839
15	\$ 28.839	\$ 774	\$ 505	\$ 269	\$ 28.334
16	\$ 28.334	\$ 774	\$ 510	\$ 264	\$ 27.825
17	\$ 27.825	\$ 774	\$ 514	\$ 260	\$ 27.310
18	\$ 27.310	\$ 774	\$ 519	\$ 255	\$ 26.791
19	\$ 26.791	\$ 774	\$ 524	\$ 250	\$ 26.267
20	\$ 26.267	\$ 774	\$ 529	\$ 245	\$ 25.738
21	\$ 25.738	\$ 774	\$ 534	\$ 240	\$ 25.205
22	\$ 25.205	\$ 774	\$ 539	\$ 235	\$ 24.666
23	\$ 24.666	\$ 774	\$ 544	\$ 230	\$ 24.122
24	\$ 24.122	\$ 774	\$ 549	\$ 225	\$ 23.573
25	\$ 23.573	\$ 774	\$ 554	\$ 220	\$ 23.019
26	\$ 23.019	\$ 774	\$ 559	\$ 215	\$ 22.460
27	\$ 22.460	\$ 774	\$ 564	\$ 210	\$ 21.896
28	\$ 21.896	\$ 774	\$ 570	\$ 204	\$ 21.326
29	\$ 21.326	\$ 774	\$ 575	\$ 199	\$ 20.751
30	\$ 20.751	\$ 774	\$ 580	\$ 194	\$ 20.171
31	\$ 20.171	\$ 774	\$ 586	\$ 188	\$ 19.585
32	\$ 19.585	\$ 774	\$ 591	\$ 183	\$ 18.994
33	\$ 18.994	\$ 774	\$ 597	\$ 177	\$ 18.397
34	\$ 18.397	\$ 774	\$ 602	\$ 172	\$ 17.795
35	\$ 17.795	\$ 774	\$ 608	\$ 166	\$ 17.187
36	\$ 17.187	\$ 774	\$ 614	\$ 160	\$ 16.574
37	\$ 16.574	\$ 774	\$ 619	\$ 155	\$ 15.954
38	\$ 15.954	\$ 774	\$ 625	\$ 149	\$ 15.329
39	\$ 15.329	\$ 774	\$ 631	\$ 143	\$ 14.698
40	\$ 14.698	\$ 774	\$ 637	\$ 137	\$ 14.061
41	\$ 14.061	\$ 774	\$ 643	\$ 131	\$ 13.419
42	\$ 13.419	\$ 774	\$ 649	\$ 125	\$ 12.770
43	\$ 12.770	\$ 774	\$ 655	\$ 119	\$ 12.115
44	\$ 12.115	\$ 774	\$ 661	\$ 113	\$ 11.454
45	\$ 11.454	\$ 774	\$ 667	\$ 107	\$ 10.787
46	\$ 10.787	\$ 774	\$ 673	\$ 101	\$ 10.114
47	\$ 10.114	\$ 774	\$ 680	\$ 94	\$ 9.434
48	\$ 9.434	\$ 774	\$ 686	\$ 88	\$ 8.748
49	\$ 8.748	\$ 774	\$ 692	\$ 82	\$ 8.056
50	\$ 8.056	\$ 774	\$ 699	\$ 75	\$ 7.357
51	\$ 7.357	\$ 774	\$ 705	\$ 69	\$ 6.652
52	\$ 6.652	\$ 774	\$ 712	\$ 62	\$ 5.940

“Propuesta para la creación de un gimnasio dedicado al cuidado de la salud de la mujer en la zona norte de Guayaquil.”

53	\$ 5.940	\$ 774	\$ 719	\$ 55	\$ 5.221
54	\$ 5.221	\$ 774	\$ 725	\$ 49	\$ 4.496
55	\$ 4.496	\$ 774	\$ 732	\$ 42	\$ 3.764
56	\$ 3.764	\$ 774	\$ 739	\$ 35	\$ 3.025
57	\$ 3.025	\$ 774	\$ 746	\$ 28	\$ 2.279
58	\$ 2.279	\$ 774	\$ 753	\$ 21	\$ 1.527
59	\$ 1.527	\$ 774	\$ 760	\$ 14	\$ 767
60	\$ 767	\$ 774	\$ 767	\$ 7	\$ 0

12.4 Anexo #4Cotización Máquinas



Las Monjas 516 y La 5ta
Telephone: (5934) 2380-929 / 970 ext. 101
FAX: (5934) 2889737 ext. 102

PROFORMA INVOICE **00-001-B**
17/03/2014

Sold To:
MINDSHARE
CONTACTO: SRTA. GIANELLA GALVEZ O.
TELF.: (5934) 2202620
GUAYAQUIL - ECUADOR


Ship To:
MINDSHARE
CONTACTO: SRTA. GIANELLA GALVEZ O.
TELF.: (5934) 2202620
GUAYAQUIL - ECUADOR

ORDER REFERENCE:		MINDSHARE		
Qty	Item#	Description	Unit Value	Total
MADE IN USA				
COMERCIAL BASICA / HOME				
2	OST	Caminador Active	\$ 1.000,00	* \$ 2.000,00
2	OSX	Cross Traine Active	\$ 400,00	* \$ 800,00
10	SPORT	Bicicleta spinning lemond	\$ 500,00	* \$ 5.000,00
1	G2	Multigym 1 stack leg press home	\$ 4.400,00	* \$ 4.400,00
6	SADB	TRX Gymkit	\$ 240,00	* \$ 1.440,00
6	OSADJ	Colchoneta	\$ 22,00	* \$ 132,00
1	OSDBV	Vertical Dumbbell Rack	\$ 1.000,00	* \$ 1.000,00
3	SD-R	Set mancuernas cub, de caucho 1, 2 y 3	\$ 49,90	* \$ 149,70
31			Total	\$ 14.921,70

Por ordenar
Stock
Por ordenar
Stock
Por ordenar
Stock Stock
Stock

Mode of Transportation:	T.B.A
Ultimate Destination:	ECUADOR FOB GYE
No. of pcs:	19 UNITS
Forma de Pago:	70% al momento de la orden, 30% al llegar a Gquil.
Tiempo de Entrega Por Ordenar:	8 a 10 semanas laborables, Sujeto a stock en L. Fitness Ch.
Tiempo de Entrega Stock:	Inmediato
Garantia Cardiovascular	2 años en partes electricas, 1 año en mecanica y 90 dias en accesorios.
Garantia Fuerza:	3 años estructura, 1 año en rulimanes, poleas y partes desgastable 90 dias en tapiz, manubrios y resortes.
Garantia Spinning:	1 año en partes mecanicas y 90 dias accesorios.
Garantia Mamtenimiento Preventivo:	1 año (2 visitas)
Color Armazon maquinas de fuerza:	Platinum
Color del tapiz maquinas de fuerza:	Negro

Esta profoma es valida por 8 dias o sujeta a clausulas.


Lourdes Quiñonez
Directora de Logistica

NOTA:
* Revisar los modelos de las maquinas y accesorios que esten de acuerdo a lo solicitado.
* Estos valores no incluyen poliza de ninguna clase
* Estos valores no incluyen bodegaje
* Color de armazon y tapiz Premium valor adicional.
* Se recomienda que los equipos de fuerza esten sujetos al piso para evitar volcamiento.
* NO INCLUYE ACCESORIOS DE PESO LIBRE

“Propuesta para la creación de un gimnasio dedicado al cuidado de la salud de la mujer en la zona norte de Guayaquil.”

CAPÍTULO 13

MATERIAL COMPLEMENTARIO

“Propuesta para la creación de un gimnasio dedicado al cuidado de la salud de la mujer en la zona norte de Guayaquil.”

CAPÍTULO 13

13. MATERIAL COMPLEMENTARIO

13.1 Tarifas medios ATL al mes de Mayo.

Tv:

Ecuavisa

TARIFAS MAYO, 2014

*Tarifa mínima comercial será de 20"
 * Los programas de comercialización especial no aplican descuentos por volumen de inversión
 * Todos los programas de comercialización especial, se aplicarán solo para los clientes que tienen contrato con Ecuavisa.

Vigencia del 1 al 31 de mayo de 2014				Vigencia del 1 al 31 de mayo de 2014					
ECUAVISA GUAYAQUIL Región Centro Sur				ECUAVISA QUITO Región Centro Norte					
LUNES A VIERNES				LUNES A VIERNES					
HORA	PROGRAMA	CXSEG	RAT	Target	HORA	PROGRAMA	CXSEG	RAT	Target
05:00	DAME CHOCOLATE R	2.2	1.2	Anual	05:00	DOS CARAS	2.2	2.4	Anual
06:00	CONTACTO AL AMANECER / Comercialización Especial / Cuña 30" nacional \$324				06:00	CONTACTO AL AMANECER / Comercialización Especial / Cuña 30" nacional \$324			
07:00	CONTACTO DIRECTO / Comercialización Especial / Cuña 30" nacional \$540				07:00	CONTACTO DIRECTO / Comercialización Especial / Cuña 30" nacional \$540			
07:45	CONTACTO EN LA COMUNIDAD / Comercialización Especial / Cuña 30" nacional \$324				07:45	CONTACTO EN LA COMUNIDAD / Comercialización Especial / Cuña 30" nacional \$324			
08:30	EN CONTACTO / Comercialización Especial / Cuña 30" nacional \$324				08:30	HACIA UN NUEVO ESTILO DE VIDA RR			
9:00	Este espacio no se comercializa				9:00	Este espacio no se comercializa			
11:30	PAN NUESTRO			Anual	11:30	EN CONTACTO / Comercialización Especial / Cuña 30" nacional \$324			
11:40	Este espacio no se comercializa				11:40	Este espacio no se comercializa			
12:00	TNV. CARIBOL	6.5	2.2	Anual	12:00	PAN NUESTRO			
12:10	Este espacio no se comercializa				12:10	TNV. CARITA DE ANGEL			
13:00	Comercialización Especial: 1 Cuña 30" TELEVISADO II = 1 Cuña 30" TELEVISADO III = \$2,420; 1 Cuña 30" TELEVISADO II \$784				13:00	Comercialización Especial: 1 Cuña 30" TELEVISADO II = 1 Cuña 30" TELEVISADO III = \$2,420; 1 Cuña 30" TELEVISADO II \$784			
14:00	COMBO AMARILLO RR	8.7	3.0	Anual	14:00	COMBO AMARILLO RR	8.7	2.9	Anual
15:00	ZOEY	7.8	3.3	Miércoles / Advertisment	15:00	ZOEY	7.8	4.8	Miércoles / Advertisment
15:30	NED	7.8	5.6	Miércoles / Advertisment	15:30	NED	7.8	4.8	Miércoles / Advertisment
16:00	EDUCA	Este espacio no se comercializa		16:00	EDUCA	Este espacio no se comercializa			
17:00	DORAEMON	7.8	3.9	Miércoles / Advertisment	17:00	DORAEMON	7.8	2.9	Anual
18:00	DRAGON BALL Z	8.6	6.0	Miércoles / Advertisment	18:00	CHICAS DE OFICINA	8.6	3.8	Anual
19:00	COMBO AMARILLO / Comercialización Especial / Cuña 30" nacional \$1,478				19:00	COMBO AMARILLO / Comercialización Especial / Cuña 30" nacional \$1,478			
19:30	TRES FAMILIAS (Lun a Mie)- ASI PASA RR (Jue y Vie) / Comercialización Especial / Cuña 30" nacional \$1,478				19:30	TRES FAMILIAS (Lun a Mie)- ASI PASA RR (Jue y Vie) / Comercialización Especial / Cuña 30" nacional \$1,478			
20:00	TELEVISADO III / Comercialización especial / 1 Cuña 30" TELEVISADO III = 1 Cuña 30" TELEVISADO II \$2,420, 1 Cuña 30" TELEVISADO III \$2,094				20:00	TELEVISADO III / Comercialización especial / 1 Cuña 30" TELEVISADO III = 1 Cuña 30" TELEVISADO II \$2,420, 1 Cuña 30" TELEVISADO III \$2,094			
20:45	INSENSATO CORAZON	19.3	6.3	Anual	20:45	INSENSATO CORAZON	19.3	7.9	Anual
21:45	CUENTO ENCANTADO	19.3	7.7	Anual	21:45	CUENTO ENCANTADO	19.3	5.7	Anual
22:45	MARIDO DE ALQUILER	13.8	6.9	Anual	22:45	MARIDO DE ALQUILER	13.8	5.1	Anual
23:30	TELEMUNDO/ CPS \$12 RAT P18- 2.4 puntos				23:30	TELEMUNDO/ CPS \$12 RAT P18- 2.4 puntos			
0:00	CÓDIGO FUTBOL / Comercialización especial / Cuña 30" nacional \$240				0:00	CÓDIGO FUTBOL / Comercialización especial / Cuña 30" nacional \$240			
0:30	TWO AND A HALF MEN				0:30	TWO AND A HALF MEN			
1:00	BIG BANG THEORY				1:00	BIG BANG THEORY			
1:30	AUNQUE UD. NO LO CREA				1:30	SMALLVILLE			
2:00	Este espacio no se comercializa				2:00	Este espacio no se comercializa			
2:30	TNV. CIUDAD PARAISO (Lun a Jue)- Largometraje (Vie)				2:30	AUNQUE UD. NO LO CREA (Lun a Jue)- Largometraje (Vie)			
2:45	TNV. SINFONIA DE AMOR (Lun a Jue)- Largometraje (Vie)				3:00	JARDIN SECRETO (Lun a Jue)- Largometraje (Vie)			
3:00	TNV. SINFONIA DE AMOR (Lun a Jue)- Largometraje (Vie)				3:30	JARDIN SECRETO (Lun a Jue)- Largometraje (Vie)			
4:00	CLASE 406 (Lun a Jue)- Largometraje (Vie)				4:00	MI CORAZON INSISTE (Lun a Jue)- Largometraje (Vie)			
4:15	CLASE 406 (Lun a Jue)- Largometraje (Vie)				4:15	MI CORAZON INSISTE (Lun a Jue)- Largometraje (Vie)			
4:30	CLASE 406 (Lun a Jue)- Largometraje (Vie)				4:30	MI CORAZON INSISTE (Lun a Jue)- Largometraje (Vie)			
DOMINGO				DOMINGO					
HORA	PROGRAMA	CXSEG	RAT	Target	HORA	PROGRAMA	CXSEG	RAT	Target
05:00	INFANTES DE LA MANANA	2.2	1.0	Miércoles / Advertisment	05:00	INFANTES DE LA MANANA	2.2	1.0	Miércoles / Advertisment
07:00	EL ENCANTADOR DE PERROS	3.3	1.3	Personas 18+	07:00	EL ENCANTADOR DE PERROS	3.3	1.8	Personas 18+
08:00	UN CAFE CON HIECOHE / Comercialización especial / Cuña 30" nacional \$300				08:00	UN CAFE CON HIECOHE / Comercialización especial / Cuña 30" nacional \$300			
08:30	HACIA UN NUEVO ESTILO DE VIDA / Comercialización especial / Cuña 30" nacional \$330				08:30	HACIA UN NUEVO ESTILO DE VIDA / Comercialización especial / Cuña 30" nacional \$330			
09:00	PANORAMA INTERNACIONAL / Comercialización especial / Cuña 30" nacional \$385				09:00	PANORAMA INTERNACIONAL / Comercialización especial / Cuña 30" nacional \$385			
09:30	PANORAMA INTERNACIONAL / Comercialización especial / Cuña 30" nacional \$385				09:30	PANORAMA INTERNACIONAL / Comercialización especial / Cuña 30" nacional \$385			
10:00	CÓDIGO DOMINICAL MUNDIAL / Comercialización especial / Cuña 30" nacional \$580				10:00	CÓDIGO DOMINICAL MUNDIAL / Comercialización especial / Cuña 30" nacional \$580			
11:00	CÓDIGO DOMINICAL MUNDIAL / Comercialización especial / Cuña 30" nacional \$580				11:00	ENTRE FLASHES	6.6	1.2	Personas 18+
11:30	ENTRE FLASHES	6.6	1.5	Personas 18+	11:30	AMÉRICA VIVE RR	6.6	1.3	Personas 18+
12:30	RESUMEN EN CONTACTO	6.6	1.5	Personas 18+	12:30	PÁJARO LOCO	6.6	3.5	Miércoles / Advertisment
13:00	AMÉRICA VIVE	6.6	1.8	Personas 18+	13:00	DORAEMON	6.6	5.0	Miércoles / Advertisment
13:30	DOCUMENTALES	6.6	1.8	Personas 18+	14:30	LARGOMETRAJE	6.6	3.3	Personas 18+
14:00	DOCUMENTALES	6.6	1.8	Personas 18+	14:30	LARGOMETRAJE	6.6	3.3	Personas 18+
14:30	LARGOMETRAJE	6.6	1.7	Personas 18+	15:00	LARGOMETRAJE	6.6	6.2	Personas 18+
15:00	LARGOMETRAJE	6.6	1.7	Personas 18+	15:30	LARGOMETRAJE	6.6	6.2	Personas 18+
16:00	LARGOMETRAJE	6.6	1.7	Personas 18+	16:00	LARGOMETRAJE	6.6	6.2	Personas 18+
17:00	LARGOMETRAJE	6.6	1.7	Personas 18+	17:00	LARGOMETRAJE	6.6	6.2	Personas 18+
17:30	LARGOMETRAJE	6.6	1.7	Personas 18+	17:30	LARGOMETRAJE	6.6	6.2	Personas 18+
18:00	LARGOMETRAJE	6.6	1.7	Personas 18+	18:00	LARGOMETRAJE	6.6	6.2	Personas 18+
18:30	LARGOMETRAJE	6.6	1.7	Personas 18+	18:30	LARGOMETRAJE	6.6	6.2	Personas 18+
19:00	TELEVISADO DOMINICAL / Comercialización especial / Cuña 30" nacional \$1,100				19:00	TELEVISADO DOMINICAL / Comercialización especial / Cuña 30" nacional \$1,100			
19:30	LA VOZ 2 / Comercialización especial / Cuña 30" nacional \$1,700				19:30	LA VOZ 2 / Comercialización especial / Cuña 30" nacional \$1,700			
20:00	3 FAMILIAS / Comercialización especial / Cuña 30" nacional \$1,478				20:00	3 FAMILIAS / Comercialización especial / Cuña 30" nacional \$1,478			
22:30	VISION 360 / Comercialización especial / Cuña 30" \$1200 nacional				22:30	VISION 360 / Comercialización especial / Cuña 30" \$1200 nacional			
23:00	ENCHUFE TV / Comercialización Especial / Cuña 30" nacional \$800				23:00	ENCHUFE TV / Comercialización Especial / Cuña 30" nacional \$800			
0:00	CÓDIGO DEPORTIVO / Comercialización especial / Cuña 30" nacional \$550				0:00	CÓDIGO DEPORTIVO / Comercialización especial / Cuña 30" nacional \$550			
0:30	HAWAI 5.0	2.2	1.3	Personas 18+	0:30	HAWAI 5.0	2.2	1.0	Personas 18+
1:00	LARGOMETRAJE				1:00	LARGOMETRAJE			
1:30	LARGOMETRAJE				1:30	LARGOMETRAJE			
2:00	LARGOMETRAJE				2:00	LARGOMETRAJE			
2:30	LARGOMETRAJE				2:30	LARGOMETRAJE			
3:00	LARGOMETRAJE				3:00	LARGOMETRAJE			
3:30	LARGOMETRAJE				3:30	LARGOMETRAJE			
4:00	LARGOMETRAJE				4:00	LARGOMETRAJE			
4:15	LARGOMETRAJE				4:15	LARGOMETRAJE			
4:30	LARGOMETRAJE				4:30	LARGOMETRAJE			

Fecha de entrega: 17 de abril, 2014.



“Propuesta para la creación de un gimnasio dedicado al cuidado de la salud de la mujer en la zona norte de Guayaquil.”

Revistas:



ESPACIO	TARIFA
PORT.INTERIOR	3.890,00
CONT.INTERIOR	3.680,00
CONT.EXTERIOR	4.280,00
PAGINA TERCERA	4.010,00
PAGINA DERECHA	3.340,00
PAGINA IZQUIERDA	3.020,00
DOBLE PAGINA	5.670,00
PUBLIREPORTAJE	3.770,00
2/3 PAGINA	2.470,00
1/2 PAGINA	1.990,00
1/3 PAGINA	1.420,00



Tarifas Revista

ESPACIO	TARIFA
PORT.INTERIOR	3.250,00
CONT.INTERIOR	3.080,00
CONT.EXTERIOR	3.470,00
PAGINA TERCERA	3.430,00
PAGINA DERECHA	2.710,00
PAGINA IZQUIERDA	2.240,00
DOBLE PAGINA	4.450,00
PUBLIREPORTAJE	3.040,00
2/3 PAGINA	0,00
1/2 PAGINA	1.680,00
1/3 PAGINA	1.140,00



Tarifas Libros

ESPACIO	TARIFA
PORT.INTERIOR	2.810,00
CONT.INTERIOR	2.670,00
CONT.EXTERIOR	3.000,00
PAGINA TERCERA	2.960,00
PAGINA DERECHA	2.350,00
PAGINA IZQUIERDA	1.940,00
DOBLE PAGINA	3.850,00
PUBLIREPORTAJE	2.580,00
2/3 PAGINA	0,00
1/2 PAGINA	1.410,00
1/3 PAGINA	980,00



ESPACIO	TARIFA
PORT.INTERIOR	1.600,00
CONT.INTERIOR	1.520,00
CONT.EXTERIOR	1.780,00
PAGINA TERCERA	1.650,00
PAGINA DERECHA	1.280,00
PAGINA IZQUIERDA	1.150,00
DOBLE PAGINA	1.990,00
PUBLIREPORTAJE	1.650,00
1/2 PAGINA	760,00
1/3 PAGINA	505,00



ESPACIO	TARIFA
PORT.INTERIOR	1.540,00
CONT.INTERIOR	1.390,00
CONT.EXTERIOR	1.680,00
PAGINA TERCERA	1.570,00
PAGINA DERECHA	1.350,00
PAGINA IZQUIERDA	1.160,00
DOBLE PAGINA	2.210,00
PUBLIREPORTAJE	1.550,00
2/3 PAGINA	950,00
1/2 PAGINA	790,00
1/3 PAGINA	630,00
VIÑETA DOBLE	960,00
POSTER	5.570,00
POSTER 1/2 PLIEGO	2.840,00



ESPACIO	TARIFA
PORT.INTERIOR	1.690,00
CONT.INTERIOR	1.590,00
CONT.EXTERIOR	1.970,00
PAGINA TERCERA	1.740,00
PAGINA DERECHA	1.430,00
PAGINA IZQUIERDA	1.280,00
DOBLE PAGINA	2.440,00
PUBLIREPORTAJE	1.580,00
2/3 PAGINA	1.000,00
1/2 PAGINA	840,00
1/3 PAGINA	630,00



ESPACIO	TARIFA
PORT.INTERIOR	3.400,00
PORT.INTERIOR + PAG.3	6.800,00
CONT.INTERIOR	3.150,00
CONT. EXTERIOR	3.950,00
PAGINA DERECHA	2.800,00
DOBLE PAGINA	4.000,00
1/2 PAGINA	1.750,00
DOBLE PAGINA	4.000,00
1/2 PAGINA	1.750,00



ESPACIO	TARIFA
PORT.INTERIOR	2.640,00
CONT.INTERIOR	2.530,00
CONT.EXTERIOR	2.750,00
PAGINA DERECHA	1.980,00
PAGINA IZQUIERDA	1.760,00
DOBLE PAGINA	3.740,00
PUBLIREPORTAJE	2.420,00
1/2 PAGINA	1.200,00
1/3 PAGINA	880,00