



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE**

**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS**

**CARRERA DE INGENIERÍA COMERCIAL**

**TRABAJO DE GRADO**

**TEMA:** “ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN GIMNASIO EN LA CIUDAD IBARRA, PROVINCIA DE IMBABURA”

Previo a la obtención del título de Ingeniería Comercial

**AUTOR:** JESÚS DAVID ERAZO CARRILLO

**DIRECTOR:** ECO. LUIS CERVANTES

**IBARRA, JULIO 2017**

## **RESUMEN EJECUTIVO**

El estudio de factibilidad para la creación de un gimnasio en la Ciudad de Ibarra, Provincia de Imbabura, tiene la finalidad de determinar su factibilidad. Para ello se ha desarrollado los capítulos respectivos: El diagnóstico situacional en el que se detalló los indicadores más importantes: históricos, geográficos, sociales, culturales, demográficos y económicos. Además se realizó un estudio de mercado que permitió determinar la demanda, oferta, precio, canales de distribución y estrategias de comercialización. A través del estudio técnico se logró establecer la localización óptima del proyecto, la inversión requerida, costo del servicio y las fuentes de financiamiento. El análisis económico financiero permitió demostrar la factibilidad del proyecto de investigación, a través de la evaluación de los indicadores financieros se demostró que si se invierte en el proyecto se obtendrá beneficios económicos. En el estudio organizacional se estableció que la empresa se regirá a leyes, normas y reglas vigentes en nuestro país, además se determinó la misión, visión, objetivos y valores que serán la razón de ser de la empresa. Por último se analizó los impactos que se generaran como resultado de la implementación del proyecto en los aspectos económicos, sociales y ambientales.

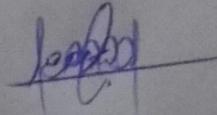
## **SUMMARY EXECUTIVE**

The feasibility study for the creation of a gymnasium in the City of Ibarra, Province of Imbabura, has the purpose of determining its feasibility. For him he has developed the respective chapters: Situational diagnosis in which the most important indicators were detailed: historical, geographical, social, cultural, demographic and economic. In addition, a market study was carried out to determine the demand, supply, price, distribution channels and marketing strategies. Through the technical study, it was possible to establish the optimal location of the project, the investment required, the cost of the service and the sources of financing. The financial economic analysis showed the feasibility of the research project, through the evaluation of the financial indicators showed that if you invest in the project will obtain economic benefits. In the organizational study it was established that the company will be governed by laws, norms and rules in force in our country, in addition it was determined the mission, vision, objectives and values that will be the *raison d'être* of the company. Finally, the impacts generated as a result of the implementation of the project in the economic, social and environmental aspects were analyzed.

## AUTORÍA

Yo, **Jesús David Erazo Carrillo**, declaro bajo juramento que el trabajo aquí descrito es de mi autoría; y que éste no ha sido previamente presentado para ningún grado o calificación profesional.

A través de la presente declaración cedo los derechos de propiedad intelectual correspondientes a este trabajo, a la Universidad Técnica del Norte, según lo establecido por las Leyes de la Propiedad Intelectual, Reglamentos y Normatividad vigente de la Universidad Técnica del Norte.

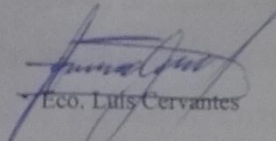


Sr. Jesús David Erazo Carrillo

100391124-3

### CERTIFICACIÓN

El Señor egresado **Jesús David Erazo Carrillo** ha trabajado en el desarrollo del proyecto de tesis "ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN GIMNASIO EN LA CIUDAD DE IBARRA, PROVINCIA DE IMBABURA" previo a la obtención del Título de Ingeniera Comercial, realizándola con interés profesional y responsabilidad, lo cual certifico en honor a la verdad.

  
Eco. Luis Cervantes  
DIRECTOR DE TESIS



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR DEL TRABAJO DE GRADO

A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

Yo, Jesús David Erazo Carrillo, con cédula de identidad No **100391124-3**, manifiesto mi voluntad de ceder a la Universidad Técnica del Norte los Derechos Patrimoniales consagrados en la Ley de Propiedad Intelectual del Ecuador, artículos 4,5 y 6 en calidad de autora de la obra o trabajo de grado denominado: **"ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN GIMNASIO EN LA CIUDAD DE IBARRA, PROVINCIA DE IMBABURA"** que ha sido desarrollada para optar por el título de: **INGENIERO COMERCIAL**, en la **UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE**, quedando la Universidad facultada para ejercer plenamente los derechos cedidos anteriormente.

En mi condición de autor me reservo los derechos morales de la obra antes citada. En concordancia suscribo este documento en el momento que hago la entrega del trabajo final en formato impreso y digital a la Biblioteca de la Universidad Técnica del Norte.

Ibarra, a los 20 días del mes de Julio del 2017

NOMBRE: JESÚS DAVID ERAZO CARRILLO

CÉDULA: 100391124-3



## UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

### BIBLIOTECA UNIVERSITARIA

#### AUTORIZACIÓN DE USO Y PUBLICACIÓN A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD

#### TÉCNICA DEL NORTE

### 1. IDENTIFICACIÓN DE LA OBRA

La Universidad Técnica del Norte dentro del proyecto Repositorio Digital Institucional determina la necesidad de disponer de textos completos en formato digital con la finalidad de apoyar los procesos de investigación, docencia y extensión de la Universidad.

Por medio del presente documento dejamos sentada nuestra voluntad de participar en este proyecto, para lo cual ponemos a disposición la siguiente información:

DATOS DEL CONTACTO	
<b>Cédula de Identidad</b>	100391124-3
<b>Apellidos Y Nombres:</b>	ERAZO CARRILLO JESÚS DAVID
<b>Dirección:</b>	PIMAN Y PASAJE "A", PRIORATO, IBARRA, ECUADOR
<b>E-mail:</b>	<a href="mailto:j2davidera1513@gmail.com">j2davidera1513@gmail.com</a>
<b>Teléfono Fijo:</b>	062-580-474
<b>Teléfono Móvil:</b>	0982622589
DATOS DE LA OBRA	
<b>Título:</b>	<b>TEMA:</b> "Estudio de factibilidad para la creación de un gimnasio en la Ciudad de Ibarra, Provincia de Imbabura"
<b>Autor:</b>	JESÚS DAVID ERAZO CARRILLO
<b>Fecha:</b>	20- Julio-2017
<b>Programa:</b>	PREGRADO
<b>Título por el que opta:</b>	INGENIERA COMERCIAL
<b>Director:</b>	ECO. LUIS CERVANTES

### AUTORIZACIÓN DE USO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD

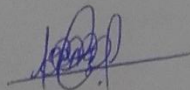
Yo, Jesús David Erazo Carrillo, con cédula de identidad No. **100391124-3**, en calidad de autor y titular de los derechos patrimoniales de la obra o trabajo de grado descrito anteriormente, hago entrega del ejemplar respectivo en formato digital y autorizo a la Universidad Técnica del Norte, la publicación de la obra en el Repositorio Digital Institucional con fines académicos, para ampliar la disponibilidad del material y como apoyo a la educación, investigación y extensión; en concordancia con la Ley de Educación Superior Art. 144.

### CONCORDANCIA

El Autor manifiesta que la obra objeto de la presente autorización es original y se la desarrollado, sin violar derechos de autor de terceros, por lo tanto la obra es original y que es el titular de los derechos patrimoniales, por lo que asume la responsabilidad sobre el contenido de la misma y saldrá en defensa de la Universidad en caso de reclamación por terceros.

Ibarra, a los 20 días del mes de Julio del 2017

### EL AUTOR



**Nombre:** Jesús David Erazo Carrillo

**C.I.** 100391124-3

Facultado por resolución de Consejo Universitario.



## **DEDICATORIA**

El presente trabajo de grado lo dedico a Dios por ser mi guía, por darme las fuerzas y sabiduría necesaria para poder culminar una etapa importante de mi vida. A mis padres por brindarme su apoyo a pesar de las circunstancias, por brindarme su confianza y por todo el esfuerzo que han hecho para ayudarme a cumplir este objetivo. A mi novia por ser la persona que ha estado junto a mí en todo momento dándome su apoyo incondicional y motivándome a seguir adelante.

Jesús Erazo

## **AGRADECIMIENTO**

Quiero ofrecer mis más sinceros agradecimientos a las personas que formaron parte de esta etapa de mi vida.

A mis padres que me dieron el regalo de estudiar, que me han tenido paciencia y me han aconsejado con mucho amor.

A mi novia preciosa que ha sido la bendición más grande durante todo el proceso estudiantil, gracias por acompañarme en los momentos de felicidad así también en los días difíciles.

A mis compañeros que se convirtieron en buenos amigos, especialmente la esquina del sabor les agradezco por hacer que las clases sean divertidas y por esos momentos donde compartimos bonitas experiencias.

A los ingenieros que con paciencia impartieron sus conocimientos, sus consejos y su experiencia, un agradecimiento especial a los ingeniero Luis Cervantes, Juan Carlos Vélez, Marlon Pineda que los considero amigos ya que me motivaron a emprender desde joven.

A la Universidad Técnica Del Norte y en especial la Facultad de Ciencias Administrativas Y Económicas que me dio la oportunidad de formarme profesionalmente.

Jesús Erazo

## **PRESENTACIÓN**

El presente estudio de factibilidad para la creación de un gimnasio en la ciudad de Ibarra, provincia de Imbabura está estructurado en siete capítulos: Diagnóstico Situacional, Marco Teórico, Estudio de Mercado, Estudio Técnico, Estudio Económico, Impactos y Conclusiones.

En el primer capítulo se realizara una diagnóstico de la situación actual del sector Los Ceibos de la ciudad de Ibarra, así como un análisis de los gimnasios que funcionan en zonas aledañas, además identificara las diferentes aliados, oponentes, oportunidades y riesgos en torno a la creación del gimnasio.

En el capítulo dos, se recopilara las bases teóricas y científicas que sustenten la investigación, tales como: fundamentos administrativos, mercadotecnia, contables, indicadores de evaluación financiera a través de la bibliografía existente, y además aspectos técnicos referentes al servicio.

En el tercer capítulo se procederá a la determinación de las características que tendrá el servicio, además se realizara un análisis de la oferta y la demanda de este servicio, también se espera conocer el mercado meta y precios de la competencia.

El cuarto capítulo corresponde al estudio técnico, el cual especificara el tamaño del proyecto, su macro y micro localización, recursos humanos, maquinaria necesaria, de igual manera la inversión requerida y las fuentes de financiamiento del proyecto.

En el quinto capítulo se realizará un estudio financiero, en la cual se detallará la inversión necesaria para la implementación del proyecto, los presupuestos de ingresos y egresos, la proyección de los estados financieros respectivos y la evaluación financiera utilizando varios indicadores como: valor actual neto, tasa interna de retorno, costo beneficio, periodo de recuperación de la inversión, punto de equilibrio y análisis de sensibilidad, para determinar la factibilidad económica financiera del proyecto.

En el sexto capítulo se establece una estructura organizacional acorde a los requerimientos del proyecto, además se determina la razón social y estructura legal, se plantea también la filosofía empresarial, es decir la misión, visión, valores y principios que permitan alcanzar objetivos y metas.

El séptimo capítulo contendrá un análisis de los principales impactos que el proyecto generará en los ámbitos sociales, económicos, ambientales y culturales.

Finalmente en el séptimo capítulo se realizara una serie de conclusiones y recomendaciones.

## INDICE GENERAL

RESUMEN EJECUTIVO.....	I
SUMMARY EXECUTIVE .....	II
AUTORÍA.....	III
CERTIFICACIÓN .....	¡Error! Marcador no definido.
UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE.....	¡Error! Marcador no definido.
UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE.....	V
BIBLIOTECA UNIVERSITARIA .....	VI
AUTORIZACIÓN DE USO Y PUBLICACIÓN A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE .....	VI
AUTORIZACIÓN DE USO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD.....	VI
DEDICATORIA .....	VII
AGRADECIMIENTO .....	IX
PRESENTACIÓN.....	X
INDICE GENERAL .....	XII
INDICE DE TABLAS .....	XIX
INDICE DE GRAFICOS .....	XXI
JUSTIFICACIÓN .....	1
OBJETIVOS .....	3
OBJETIVO GENERAL .....	3
OBJETIVOS ESPECIFICOS .....	3
CAPITULO I .....	4
1    DIAGNÓSTICO SITUACIONAL .....	4
1.1    Antecedentes .....	4
1.2    Objetivos Del Diagnóstico .....	4
1.2.1    General.....	4
1.2.2    Específicos .....	4
1.3    Variables Diagnósticas.....	5
1.4    Indicadores .....	5
1.4.1    Antecedentes Históricos.....	5
1.4.2    Ubicación Geográfica .....	5
1.4.3    Demográfica.....	5

1.4.4	Económica.....	6
1.4.5	Socio-Cultural .....	6
1.4.6	Marco Político-Legal .....	6
1.4.7	Tecnológica.....	6
1.5	Matriz De Relación Diagnóstica .....	6
1.6	Análisis De Variables Diagnósticas .....	8
1.6.1	Antecedentes Históricos.....	8
1.6.2	Ubicación Geográfica .....	9
1.6.3	Demografía .....	10
1.6.4	Económica.....	14
1.6.5	Socio-Culturales.....	19
1.6.6	Marco Político – Legal.....	22
1.6.7	Tecnología.....	24
1.7	Matriz AOOD.....	27
1.8	IDENTIFICACIÓN DE OPORTUNIDAD DE INVERSIÓN.....	27
CAPÍTULO II.....		29
2	MARCO TEÓRICO .....	29
2.1	Gimnasio .....	29
2.1.1	Definición .....	29
2.1.2	Importancia .....	29
2.1.3	Ventajas de asistir al gimnasio.....	30
2.1.4	Servicios De Un Gimnasio.....	31
2.1.5	Máquinas del gimnasio .....	32
2.1.6	Actividad Física .....	34
2.1.7	Sedentarismo.....	35
2.1.8	Nutrición .....	35
2.2	Factibilidad.....	35
2.2.1	Definición .....	35
2.2.2	Tipos .....	36
2.2.3	Estudio De Factibilidad.....	36
2.3	Empresa.....	37
2.3.1	Definición .....	37

2.3.2	Importancia .....	37
2.3.3	Clasificación .....	38
2.4	Estudio De Mercado.....	42
2.4.1	Definición .....	42
2.4.2	Mercado Meta .....	42
2.4.3	Segmentación De Mercado.....	43
2.4.4	Demanda .....	43
2.4.5	Oferta .....	43
2.4.6	Demanda Insatisfecha .....	43
2.4.7	Precio .....	44
2.4.8	Producto.....	44
2.4.9	Servicio.....	44
2.4.10	Comercialización .....	45
2.4.11	Promoción.....	45
2.4.12	Publicidad .....	45
2.4.13	Plaza.....	46
2.5	Estudio Técnico.....	46
2.5.1	Definición .....	46
2.5.2	Localización Del Proyecto.....	46
2.5.3	Micro LOCALIZACIÓN .....	47
2.5.4	Macro Localización .....	47
2.5.5	Tamaño Del Proyecto .....	47
2.5.6	Ingeniería Del Proyecto .....	48
2.5.7	Capacidad Instalada .....	48
2.5.8	Inversión Del Proyecto .....	49
2.5.9	Costos De Produccion.....	49
2.5.10	Gastos Operacionales.....	50
2.6	Estudio Financiero.....	51
2.6.1	Definición .....	51
2.6.2	Presupuesto De Ingresos .....	52
2.6.3	Presupuesto De Egresos .....	52
2.6.4	Estados Financieros .....	52

2.7	Evaluadores Financieros .....	54
2.7.1	Tasa Interna De Retorno .....	54
2.7.2	Valor Actual Neto .....	54
2.7.3	Costo Beneficio.....	54
2.7.4	Periodo De Recuperación De La Inversión .....	54
2.7.5	Punto De Equilibrio .....	55
2.8	Estructura Adminisrativa.....	55
2.8.1	Organización .....	55
2.8.2	Misión .....	56
2.8.3	Visión.....	56
2.9	Impactos .....	56
2.9.1	Económico .....	56
2.9.2	Social.....	57
2.9.3	Ambiental.....	57
CAPITULO III.....		58
3	ESTUDIO DE MERCADO.....	58
3.1	Finalidad Del Estudio De Mercado .....	58
3.2	Objetivos .....	58
3.2.1	Objetivos General .....	58
3.2.2	Objetivos Específicos.....	58
3.3	Variables.....	58
3.4	Indicadores .....	59
3.4.1	SERVICIO .....	59
3.4.2	Demanda .....	59
3.4.3	Oferta .....	59
3.4.4	Precio .....	59
3.4.5	Comercialización .....	59
3.5	Matriz De Relación .....	60
3.6	Identificación Del Servicio.....	61
3.6.1	Características Del Servicio.....	61
3.7	Segmentación Del Mercado .....	61
3.8	Muestra.....	64



3.9	Evaluación De La Información .....	66
3.9.1	Encuesta Aplicada A Los Habitantes De Las Parroquias San Francisco, El Sagrario Y Caranqui.....	66
3.9.2	Encuestas Aplicadas A Propietarios De Gimnasios.....	76
3.10	Análisis De La Demanda.....	87
3.10.1	Proyeccion De La Demanda .....	87
3.11	Análisis De La Oferta.....	88
3.11.1	Proyección De La Oferta .....	90
3.12	Demanda Insatisfecha .....	91
3.13	Determinación De Precio .....	91
3.14	Comercialización.....	92
3.14.1	Servicio .....	92
3.14.2	Precio .....	93
3.14.3	Plaza.....	93
3.14.4	Promoción.....	93
3.14.5	Personal.....	94
3.14.6	Proceso.....	94
3.14.7	Evidencia Física (Phisical Evidence).....	94
3.15	Conclusión Del Estudio De Mercado.....	95
CAPÍTULO IV.....		96
4	ESTUDIO TÉCNICO.....	96
4.1	OBJETIVO.....	96
4.2	Localización .....	96
4.2.1	Macro Localización .....	96
4.2.2	Micro Localización.....	97
4.3	Tamaño Del Proyecto.....	99
4.3.1	Existencia De Mercado .....	100
4.3.2	Capacidad Instalada .....	100
4.4	Proceso Del Servicio .....	101
4.4.1	Flujograma De Procesos .....	101
4.5	Distribución De La Planta .....	105
4.6	Inversiones Del Proyecto .....	108
4.6.1	Inversion Fija .....	108

4.6.2	Resumen De Inversión Fija.....	112
4.6.3	Depreciación .....	113
4.6.4	Activo Diferido .....	113
4.6.5	Mano De Obra.....	114
4.6.6	Estado De Costos .....	115
4.6.7	Capital De Trabajo .....	116
4.6.8	Inversión Total .....	117
4.6.9	Financiamiento.....	117
4.6.10	Amortización De La Deuda .....	118
CAPITULO V.....		119
5	ESTUDIO FINANCIERO.....	119
5.1	Objetivo.....	119
5.2	Presupuesto De Ingresos .....	119
5.3	Presupuesto De Egresos .....	120
5.4	Estados Financieros.....	121
5.4.1	Estado De Situación Inicial.....	121
5.4.2	Estado De Resultados .....	122
5.4.3	Flujo De Caja .....	123
5.5	Evaluación Financiera .....	124
5.5.1	Tasa Mínima Aceptable De Rendimiento.....	124
5.5.2	Valor Actual Neto (Van).....	124
5.5.3	Tasa Interna De Retorno (Tir).....	125
5.5.4	Periodo De Recuperación .....	125
5.5.5	Costo-Beneficio .....	126
5.5.6	Punto De Equilibrio .....	126
CAPITULO VI.....		127
6	ESTUDIO ORGANIZACIONAL .....	127
6.1	Objetivo.....	127
6.2	Denominación De La Empresa .....	127
6.2.1	Nombre O Razón Social .....	127
6.2.2	Logotipo.....	127
6.3	Aspecto Filosófico.....	128

6.3.1	Misión .....	128
6.3.2	Visión.....	128
6.3.3	Objetivos.....	128
6.3.4	Valores .....	129
6.4	Aspecto Legal.....	129
6.5	Estructura Organizacional .....	131
6.5.1	Manual De Descripcion De Puestos Y Funciones .....	132
CAPITULO VII .....		136
7	IMPACTOS.....	136
7.1	OBJETIVOS.....	136
7.2	Análisis De Impactos .....	136
7.2.1	Impacto Económico .....	137
7.2.2	Impacto Social .....	138
7.2.3	Impacto Ambiental.....	139
7.2.4	Impacto General.....	140
CONCLUSIONES .....		141
RECOMENDACIONES.....		143
BIBLIOGRAFÍA .....		144
ANEXOS .....		147

## INDICE DE TABLAS

Tabla 1: Matriz De Relación Diagnostica.....	7
Tabla 2: Cantón Ibarra, Población Total.....	10
Tabla 3: Población De Ibarra Por Género.....	10
Tabla 4: Población Por Edad.....	11
Tabla 5: Cantón Ibarra: Población Económicamente Activa.....	11
Tabla 6: Cantón Ibarra: Población Económicamente Activa, Por Tipo De Ocupación.....	12
Tabla 7: Catastro De Gimnasios .....	18
Tabla 8: Gimnasios Que Influyen Directamente .....	19
Tabla 9: Matriz AOOD .....	27
Tabla 10: Matriz De Relación.....	60
Tabla 11: Proyección De La Población De Ibarra Por Áreas .....	61
Tabla 12: Cantón Ibarra: Población Por Parroquias Urbanas .....	62
Tabla 13: Cantón Ibarra: Población Por Edad Parroquias Urbanas .....	63
Tabla 14: Mercado Meta.....	64
Tabla 15: Actividad Física.....	66
Tabla 16: Asistencia A Gimnasio .....	67
Tabla 17: Razones Para No Asistir A Un Gimnasio.....	68
Tabla 18: Servicios De Un Gimnasio .....	69
Tabla 19: Factores De Un Gimnasio.....	70
Tabla 20: Frecuencia De Asistencia .....	71
Tabla 21: Horario De Asistencia.....	72
Tabla 22: Precio Mensual .....	73
Tabla 23: Aceptación Del Servicio .....	74
Tabla 24: Medios Publicitarios .....	75
Tabla 25: Servicios Ofertados.....	76
Tabla 26: Jornada Laboral .....	77
Tabla 27: Horario De Mayor Asistencia.....	78
Tabla 28: Promedio Diario de Asistencia .....	79
Tabla 29: Número De Empleados.....	80
Tabla 30: Afiliación De Empleados.....	81
Tabla 31: Determinación De Precios .....	82
Tabla 32: Tipo De Inversión.....	83
Tabla 33: Compra De Maquinas .....	84
Tabla 34: Pertenencia Del Local.....	85
Tabla 35: Medio Publicitario .....	86
Tabla 36: Potenciales Clientes .....	87
Tabla 37: Frecuencia de Asistencia .....	87
Tabla 38: Proyección De Demanda .....	88
Tabla 39: Catastro De Gimnasios .....	88
Tabla 40: Determinación De La Oferta .....	89
Tabla 41: Tasa de Crecimiento .....	90

Tabla 42: Proyección De La Oferta .....	90
Tabla 43: Demanda Potencial Insatisfecha .....	91
Tabla 44: Proyección del Precio .....	92
Tabla 45: MATRIZ DEL METODO CUALITATIVO POR PUNTOS.....	98
Tabla 46: Demanda Potencial .....	100
Tabla 47: Capacidad Instalada .....	100
Tabla 48: SIMBOLOGÍA DE FLUJOGRAMAS.....	101
Tabla 49: Distribución De La Planta .....	105
Tabla 50: Edificio .....	108
Tabla 51: Muebles Y Enseres .....	108
Tabla 52: Equipo De Computación.....	109
Tabla 53: Equipo De Oficina .....	109
Tabla 54: Maquinaria Y Equipo .....	110
Tabla 55: RESUMEN DE INVERSIÓN FIJA .....	112
Tabla 56: Depreciación y Amortización.....	113
Tabla 57: Activo Diferido.....	113
Tabla 58: Mano de Obra .....	114
Tabla 59: Estado de Costos.....	115
Tabla 60: Capital Trabajo .....	116
Tabla 61: Inversión Total.....	117
Tabla 62: Financiamiento .....	117
Tabla 63: Amortización de Deuda .....	118
Tabla 64: Presupuesto De Ingresos.....	119
Tabla 65: Presupuesto De Egresos.....	120
Tabla 66: Estado De Situación Inicial .....	121
Tabla 67: ESTADO DE RESULTADOS .....	122
Tabla 68: Flujo De Caja.....	123
Tabla 69: Tasa Mínima Aceptable De Rendimiento.....	124
Tabla 70: Valor Actual Neto.....	124
Tabla 71: Tasa Interna De Retorno.....	125
Tabla 72: Periodo De Recuperación .....	125
Tabla 73: Matriz De Valoración De Impactos .....	136
Tabla 74: Impacto Económico .....	137
Tabla 75: Impacto Social .....	138
Tabla 76: Impacto Ambiental .....	139
Tabla 77: Impacto General.....	140

## INDICE DE GRAFICOS

Gráfico 1: Estratificación Del Nivel Socioeconómico.....	63
Gráfico 2: Actividad Física.....	66
Gráfico 3: Asistencia A Gimnasio .....	67
Gráfico 4: Razones Para No Asistir A Un Gimnasio.....	68
Gráfico 5: SERVICIOS DE UN GIMNASIO .....	69
Gráfico 6: Factores De Un Gimnasio.....	70
Gráfico 8: Frecuencia De Asistencia .....	71
Gráfico 9: Horario De Asistencia .....	72
Gráfico 10: Precio Mensual .....	73
Gráfico 11: Aceptación Del Servicio.....	74
Gráfico 12: Medios Publicitarios .....	75
Gráfico 13: Servicios Ofertados.....	76
Gráfico 15: Jornada Laboral .....	77
Gráfico 16: Horario De Mayor Asistencia.....	78
Gráfico 17: Promedio Diario De Asistencia .....	79
Gráfico 18: Número De Empleados.....	80
Gráfico 19: Afiliación De Empleados.....	81
Gráfico 20: Determinación De Precios .....	82
Gráfico 21: Tipo De Inversión.....	83
Gráfico 22: Compra De Maquinas .....	84
Gráfico 23: Pertenencia Del Local.....	85
Gráfico 24: Medio Publicitario .....	86
Gráfico 25: Mapa De Ecuador, Provincia De Imbabura, Cantón Ibarra, Ciudad De Ibarra.....	96
Gráfico 26: MICRO LOCALIZACIÓN .....	99
Gráfico 27: Flujograma Del Proceso Previo A La Prestación Del Servicio .....	102
Gráfico 28: PROCESO DE FORTALECIMIENTO MUSCULAR .....	104
Gráfico 29: PROCESO DE AERÓBICOS Y BAILOTERAPIA .....	105
Gráfico 30: Planta Baja.....	106
Gráfico 31: Planta Alta .....	107
Gráfico 32: LOGOTIPO .....	127
Gráfico 33: Estructura Organizacional .....	131

## JUSTIFICACIÓN

Al realizar actividad física se mejoran las relaciones interpersonales porque al hacer ejercicios nos sentimos más alegres, incrementa la autoestima y nos interrelacionamos mejor, esto afecta positivamente nuestro entorno.

Realizar actividad física es la mejor manera de lograr mantenerse saludable en un mundo con un modo de vida acelerado y rodeado por la comida rápida llena de grasas saturadas y demás alimentos procesados químicamente que lo único que hacen es afectar la salud de las personas.

Los principales beneficiados de esta idea de negocio son los consumidores del servicio de un gimnasio, por otra parte están los inversionistas; quienes aportan con su capital con el fin obtener utilidad, los trabajadores ya que se estaría generando nuevas fuentes de empleo. Así también los beneficiarios indirectos en este caso sería la sociedad en general ya que se contribuirá a impulsar parte de un sector de la economía del país.

El interés por realizar este estudio se debe a la creciente preocupación por el bienestar de la salud y el estado físico que las personas tienen en la actualidad, tomando en cuenta que la actividad física puede ser una alternativa de diversión, relax o básicamente una opción para salir de la rutina y dejar de lado el estrés.

La ausencia de un establecimiento con espacios adecuados para realizar este tipo de actividades físicas en lugar indicado hace que la idea de implementar un gimnasio en este sector sea un buen negocio, el mismo que ayudara a que mayor número de personas se motiven a realizar ejercicio y dejen de lado el sedentarismo.

Es por tal motivo que se pretende crear este nuevo gimnasio, el cual ofrecerá al público calidad y variedad de servicios a través de diversas disciplinas físicas impartidas por profesionales con el

objetivo de satisfacer al cliente y fomentar en la sociedad el hábito del ejercicio junto a una alimentación saludable.



## **OBJETIVOS**

### **OBJETIVO GENERAL**

Realizar el estudio de factibilidad para la creación de un gimnasio en la ciudad de Ibarra, provincia de Imbabura.

### **OBJETIVOS ESPECIFICOS**

- Realizar un diagnóstico situacional que permita identificar los aliados, oponentes, oportunidades y riesgos en torno a la creación del gimnasio.
- Desarrollar un marco teórico que permita sustentar las variables de investigación, a través de una revisión bibliográfica y documental.
- Realizar el estudio de mercado que ayude a determinar la oferta, demanda, así como la demanda insatisfecha, precio y estrategias de comercialización del servicio.
- Efectuar el estudio técnico en el que se identifique el tamaño, la localización, ingeniería y la inversión que requerirá el proyecto, además del costo de operación y las fuentes de financiamiento.
- Realizar un estudio financiero que permita determinar la factibilidad del proyecto a través de indicadores de evaluación económica financiera.
- Proponer una estructura organizacional acorde a los requerimientos de la empresa que ayude a lograr los objetivos y metas.
- Determinar los principales impactos sociales, económicos, culturales y ambientales que generara el proyecto, como resultado de la implementación del mismo.

## **CAPITULO I**

### **1 DIAGNÓSTICO SITUACIONAL**

#### **1.1 Antecedentes**

En los últimos 10 años el sector empresarial del entrenamiento corporal en Ecuador ha crecido considerablemente. Actualmente el aumento de interés de la sociedad por tener un estilo de vida más saludable y mejorar su apariencia, involucra el hábito de realizar ejercicio regularmente y llevar una adecuada alimentación por lo cual buscan opciones para realizar actividad física y recomendaciones para conservarse sanos.

En la ciudad de Ibarra el número de microempresas que ofrecen los servicios de gimnasio ha crecido al igual que en todo el Ecuador, debido a que los hombres y mujeres entre las edades de 14 – 55 años de edad, quieren verse bien físicamente y tener una vida con buen estado de salud.

El presente proyecto está previsto realizarlo en el sector Los Ceibos de la ciudad de Ibarra, lugar donde existe mínima competencia que brinda los servicios de gimnasio, razón por la que se desea realizar un estudio que identifique la factibilidad de implementar un gimnasio en este sector.

#### **1.2 Objetivos Del Diagnóstico**

##### **1.2.1 General**

Realizar un diagnóstico situacional que permita identificar los aliados, oponentes, oportunidades y riesgos del proyecto con el fin de conocer el entorno donde se desarrollara el gimnasio.

##### **1.2.2 Específicos**

- Investigar los antecedentes históricos del cantón Ibarra.
- Establecer la ubicación geográfica de la zona de investigación.
- Determinar los aspectos relacionados con la demografía del cantón.

- Analizar la situación económica del área donde se ejecutará el proyecto
- Conocer las tendencias Socio-Culturales de los habitantes.
- Determinar los aspectos político-legales que influyen en el proyecto.
- Investigar sobre los avances tecnológicos en relación al proyecto.

### **1.3 Variables Diagnósticas**

- Antecedentes Históricos
- Ubicación Geográfica
- Demográfica
- Económica
- Socio-cultural
- Marco Político-Legal
- Tecnología

### **1.4 Indicadores**

#### **1.4.1 Antecedentes Históricos**

- Reseña histórica

#### **1.4.2 Ubicación Geográfica**

- Ubicación
- Altitud
- Clima

#### **1.4.3 Demográfica**

- Población
- Población por genero

- Población por edad
- Población económicamente activa
- Desempleo

#### **1.4.4 Económica**

- Sector Agrícola
- Sector Industrial
- Sector Servicios

#### **1.4.5 Socio-Cultural**

- Educación y cultura
- Salud y nutrición

#### **1.4.6 Marco Político-Legal**

- Cambios en Política
- Leyes que rigen al proyecto

#### **1.4.7 Tecnológica**

- Avance tecnológico
- Máquinas y Equipos

### **1.5 Matriz De Relación Diagnóstica**

**Tabla 1: Matriz De Relación Diagnostica**

OBJETIVO GENERAL	OBJETIVO ESPECÍFICO	VARIABLE	INDICADOR	FUENTE DE INFORMACIÓN	TÉCNICA
Realizar diagnostico situacional del entorno para determinar aliados oportunidades oponentes riesgos	Investigar los antecedentes históricos del cantón Ibarra.	Reseña Histórica	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Reseña Histórica</li> </ul>	Secundaria	Investigación documentada
	Establecer la ubicación geográfica de la zona de investigación.	Ubicación Geográfica	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ubicación</li> <li>• Altitud</li> <li>• Clima</li> </ul>	Secundaria	Investigación documentada
	Determinar los aspectos relacionados con la demografía del cantón.	Demografía	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Población</li> <li>• Población por genero</li> <li>• Población por edad</li> <li>• Población Económicamente Activa</li> <li>• Empleo</li> <li>• Desempleo</li> </ul>	Secundaria	Investigación documentada
	Analizar la situación económica del área donde se ejecutará el proyecto.	Económica	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Agrícola</li> <li>• Industrial</li> <li>• Servicios</li> </ul>	Secundaria	Investigación documentada
	Conocer las tendencias Socio-Culturales de los habitantes.	Socio-Culturales	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Educación y cultura</li> <li>• Salud y nutrición</li> </ul>	Secundaria	Investigación documentada
	Determinar los aspectos legales que influyen en el proyecto.	Marco Político-legal	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Cambios en Política</li> <li>• Leyes que rigen al proyecto</li> </ul>	Secundaria	Investigación documentada
	Investigar sobre los avances tecnológicos en relación al proyecto.	Tecnología	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Avance tecnológico</li> <li>• Máquinas y Equipos</li> </ul>	Secundaria	Investigación documentada

## **1.6 Análisis De Variables Diagnósticas**

### **1.6.1 Antecedentes Históricos**

#### **1.6.1.1 Reseña Histórica**

La Villa de San Miguel de Ibarra fue fundada el 28 de septiembre de 1606, por el capitán Cristóbal de Troya, bajo la orden del entonces presidente de la Real Audiencia de Quito, Miguel de Ibarra y bajo mandato del Rey Felipe de España. Los motivos para la construcción de la ciudad fue que se necesitaba una ciudad de paso en el camino Quito-Pasto y la construcción de una ciudad con acceso rápido al mar. Es así como el asentamiento y la villa de San Miguel de Ibarra fue construida en el valle de Caranqui, en los terrenos donados por Juana Atabalipa, nieta del Inca Atahualpa. La Junta Soberana de Quito, el 16 de noviembre de 1811, dio a la villa de San Miguel de Ibarra el título de ciudad. Posteriormente el 11 de noviembre de 1829, el libertador, Simón Bolívar, nombró a la ciudad capital de la provincia. En la madrugada del 16 de agosto de 1868, la erupción del volcán Imbabura y el consiguiente terremoto devastaron la ciudad y la provincia. Ibarra quedó prácticamente destruida y fallecieron cerca de 20.000 personas. Los sobrevivientes de este suceso se trasladaron a los llanos de Santa María de la Esperanza, donde se reubicaron y vivieron por cuatro años. Gabriel García Moreno, fue comisionado por el Presidente de la República, para reconstruir la ciudad. Finalmente el 28 de abril de 1872, los ibarreños regresaron a la rehecha ciudad. Esta fecha se considera la segunda más importante después de la fundación de Ibarra.

## **1.6.2 Ubicación Geográfica**

### **1.6.2.1 Ubicación**

Ibarra está ubicada en un valle templado en la zona norte de Ecuador a una altura promedio de 2220 m.s.n.m., sin embargo la zona más baja de la ciudad (el sur) se halla a 1945 m.s.n.m., mientras que la parte más elevada (el norte) se halla a 2347 m.s.n.m. La villa se encuentra a 115 km al noreste de Quito y 125 km al sur de Tulcán, formando parte del corredor Tulcán-Riobamba, con más de 4.5 millones de habitantes.

- Altitud: 2.192 metros.
- Latitud: 00° 21' N
- Longitud: 078° 07' O

### **1.6.2.2 Clima**

El clima de la ciudad corresponde al clima mediterráneo continentalizado según la clasificación climática de Köppen, única región que ofrece este tipo de clima en Ecuador y el norte de Sudamérica. El clima se presenta como templado seco-mediterráneo con ciertas influencias del clima subtropical árido de tierras altas, dado que Ibarra se halla en un valle y es modificado tanto por los vientos que llegan desde los valles septentrionales y dehesas que son vientos cálidos y secos, como por los vientos que llegan desde los Andes y las partes altas que son vientos frescos y fríos. Ibarra tiene una temperatura promedio de 18°C, oscilando entre una temperatura media en diciembre de 7°C y de hasta 32°C en agosto.

El clima representa un aliado para mi proyecto ya que las condiciones subtropicales y cálidas que tiene nuestra ciudad son aptas para practicar cualquier tipo de deporte ya sea en el día o en la noche.

### 1.6.3 Demografía

Según el VII censo nacional de población realizado en el año 2010, Ibarra cuenta con 181.175 habitantes, tomando en cuenta una tasa de crecimiento del 1,8% se realizó la siguiente proyección:

**Tabla 2: Cantón Ibarra, Población Total**

POBLACION CANTÓN IBARRA							
AÑO	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
<b>HABITANTES</b>	181175	184436	187756	191136	194576	198078	201644

**Fuente:** Censo de Población y Vivienda (CPV-2010), (REDATAM-INEC, 2014), Equipo Técnico (PD y OT, 2015)

**Elaborado por:** El Autor

**Tabla 3: Población De Ibarra Por Género**

POBLACIÓN POR GENERO								
Año	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	%
Hombres	87.786	89.366	90.975	92.612	94.279	95.976	97.704	48%
Mujeres	93.389	95.070	96.781	98.523	100.297	102.102	103.940	52%
<b>TOTAL</b>	<b>181.175</b>	<b>184.436</b>	<b>187.756</b>	<b>191.136</b>	<b>194.576</b>	<b>198.078</b>	<b>201.644</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Censo de Población y Vivienda (CPV-2010), (REDATAM-INEC, 2014), Equipo Técnico (PD y OT, 2015)

**Elaborado por:** El Autor



Como podemos observar en Ibarra las mujeres representan el 52% de la población y los hombres tan solo el 48%.

**Tabla 4: Población Por Edad**

Grupos de Edad	Hombres	Mujeres	Total	%
Menor de 1 año a 14 años	17715	19191	36906	30%
15 a 54 años	33408	36192	69600	56%
55 a 100 y más años	8592	9308	17899	14%
<b>TOTAL</b>	<b>59715</b>	<b>64691</b>	<b>124405</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Censo de Población y Vivienda (CPV-2010)

**Elaborado por:** El Autor

Se puede decir que esto representa una oportunidad para el proyecto ya que el mayor número de habitantes son adolescentes, jóvenes y personas adultas las mismas que podrían acceder al servicio.

### 1.6.3.1 Población Económicamente Activa

**Según el “PROYECTO DE EVALUACIÓN DE VULNERABILIDAD Y REDUCCIÓN DE RIESGOS DE DESASTRES A NIVEL MUNICIPAL EN EL ECUADOR”**

La estructura económica esencial de la población del cantón Ibarra, la marca la Población Económicamente Activa que para el 2010 su Tasa de crecimiento de la PEA en el último periodo intercensal es del 2,99% lo que representa a 20.587 personas. Las actividades principales son:

**Tabla 5: Cantón Ibarra: Población Económicamente Activa**

ACTIVIDAD	PEA	PORCENTAJE
Sector agropecuario	9367	11,61
Sector industrias	15630	19,38
Sector servicios	46855	58,02
Otros	8817	10,93
<b>TOTAL PEA</b>	<b>80669</b>	<b>100.00</b>

**Fuente:** Censo de Población y Vivienda (CPV-2010)

**Elaborado por: El Autor**

El Sector Servicios con el 58,02% representa a 46.855 habitantes, que evidencia la tendencia de crecimiento de esta actividad de la última década y su crecimiento es de 15.231 personas que han pasado a conformar el grupo de este sector. Dentro de este sector “el comercio al por mayor y menor” es la actividad económica más preponderante en el cantón. Dentro de estas actividades existen los siguientes tipos de empleo:

**Tabla 6: Cantón Ibarra: Población Económicamente Activa, Por Tipo De Ocupación**

<b>Categoría de Ocupación</b>	<b>Casos</b>	<b>%</b>
Empleado/a u obrero/a del Estado, Gobierno, Municipio, Consejo Provincial, Juntas Parroquiales	11345	14,5564423
Empleado/a u obrero/a privado	24975	32,0447022
Jornalero/a o peón	8093	10,3838949
Patrono/a	3859	4,9513716
Socio/a	1287	1,65131258
Cuenta propia	20610	26,4440966
Trabajador/a no remunerado	1453	1,86430239
Empleado/a doméstico/a	3037	3,89668711
Se ignora	3279	4,20719033
Total	77938	100

**Fuente:** INEC: Censo de Población y vivienda 2010

Del cuadro anterior se llega a la siguiente conclusión. 24975 habitantes son empleados u obreros privados siendo el tipo de empleo más representativo del cantón con un 32,044%. Con un margen de 6 puntos porcentuales se ubican en segundo lugar los 20610 habitantes que laboran por cuenta propia.

Finalmente las instituciones gubernamentales son la tercera fuente de empleo al emplear a 11355 habitantes y ser el 14,55% de la fuerza laboral del cantón.

Según el Plan de Ordenamiento Territorial, Ibarra 2012 “El porcentaje de personas desempleadas en relación de la PEA total a la fecha del censo, para el año 2001 es el 2,54% y las parroquias con los más altos porcentajes son las rurales:

Esperanza (3,28%)

Angochagua (2,43%)

San Antonio (2,23%),

Según Michel Saúd, presidente de la Cámara de Comercio de Ibarra, “el desempleo en Imbabura supera el 6% de la población económicamente activa, superando el índice a nivel nacional”, tomando en cuenta que Ecuador registró una tasa de desempleo de 5,7 % en marzo de este año, a comparación del 3.8% del mismo mes en el 2015. Esto, según la última Encuesta Nacional de Empleo, Desempleo y Subempleo (Enemdu).

Por otra parte, Saúd mencionó que “el problema no es solamente el desempleo, sino cómo cuidar el poco empleo que tenemos” y agregó que debe apuntarse no solo al sector comercial como fuente de ingresos, sino hacia otras aristas importantes, como la producción y el turismo.

“Se proyecta un desempleo en un futuro inmediato, que superará el 15%. Existe una fórmula para entender por qué hay mayor desempleo: hay mayor desempleo, porque no hay liquidez; como no hay liquidez, no hay producción; y, como no hay producción ni ventas, el sector productivo venden solo lo que tienen en percha y al no producir no se requiere mano de obra, por lo tanto se generan los despidos. No hay contratación...”, explicó

Otro serio problema según el empresario es el mercado laboral que abraza las edades de entre “18 y 24 años, en el cual el desempleo es mayor al 18%”. “Los jóvenes que salen con sus profesiones a ofertar su talento terminan decepcionados” añadió. Explica que es debido a que en

la actualidad es difícil emprender, porque no hay liquidez y porque no existen líneas de crédito que faciliten emprender negocios, ya que se requiere de garantías.

Otro factor que influye es que la mayor parte de empresas requieren experiencia laboral, algo que desmotiva a ese sector. Elizabeth F. se graduó en Hotelería y Turismo hace dos años y hasta la actualidad no ha podido encontrar trabajo en su área: “he trabajado en diferentes cosas, pero no en lo que me preparé, porque donde he aplicado han solicitado que tenga un cierto tiempo de experiencia, pero si no dan la oportunidad, ¿cómo uno la adquiere?”, se cuestiona. (La Hora, 2016)

#### **1.6.4 Económica**

##### **1.6.4.1 Sector Agrícola**

En el sector urbano del cantón Ibarra no se puede destacar cultivos de grandes hectáreas debido a que se encuentra poblado en su totalidad, lo que se visualiza es uno que otro cultivo casero donde predomina la siembra de plantas medicinales y otros cultivos que básicamente son productos que se utilizan para consumo diario.

##### **1.6.4.2 Sector Industrial**

Si se compara con otras provincias, el desarrollo industrial del Imbabura es bajo por ende el desarrollo industrial del cantón Ibarra también. Sin embargo, el número de personas ocupada en la industria manufacturera es más alto que en otras provincias.

Las principales ramas manufactureras de la provincia son: textiles, confección de prendas de vestir, artículos de cuero, la industria de producción alimenticios y bebidas.

##### **1.6.4.3 Servicios**

En el Cantón Ibarra, a través de la oficina de catastros del GAD IBARRA, se encuentran registradas 6.215 actividades económicas, de las cuales el 1% son actividades que se encuentran inactivas, 4 empresas se encuentran registradas como industrias, lo que refleja desde el punto de

vista del sector terciario de la economía y por el número de negocios, en Ibarra el comercio y los servicios dominan su economía. Sin embargo del total de actividades y de acuerdo al total de actividades o negocios del cantón registrados en el catastro del Municipio de Ibarra representan el 68,5% que son 9076 incluidos los mercados.

De acuerdo al clasificador CIU, el mayor número de actividad económicas se encuentran concentradas en el Grupo G “Comercio” que se refiere a la “venta, mantenimiento y reparación de vehículos automotores y motocicletas; venta al por menor de combustibles para automotores; comercio al por mayor y en comisión, excepto el comercio de vehículos, automotores y motocicletas; comercio al por menor, reparación de efectos personales y enseres domésticos, excepto el comercio de vehículos, automotores y motocicletas” donde se encuentra el 55% del total de las actividades que representan a 3.415 actividades económicas. Desde el punto de vista de los ingresos, estas actividades significan el 73 % del total de ingresos que se registran en el catastro de los negocios.

Donde el primer lugar ocupa el sector del Transporte con 1418 nuevas actividades, que refleja la obligación de facturar el transporte público como taxis, buses, busetas, camionetas y consecuentemente la actualización del catastro de estas actividades ,en segundo lugar y en orden de la importancia del incremento se encuentra el Comercio, con 1142 nuevas actividades, debido a que como se trata de un cantón de comercio y servicios, pues es una característica innata del desarrollo económico por ende sucede este tipo de comportamiento, luego tenemos el incremento de actividades Inmobiliarias y profesionales, con 1061 actividades producto de la inversión en la construcción y del negocio de bienes raíces y paralelamente un auge en la actividad profesional no solo en esta especialidad, también se da en los servicios de atención a la salud que en el orden de incremento de actividades se encuentra en quinto lugar, finalmente existe

un tema importante en el desarrollo de las actividades económicas del cantón y es precisamente el sector turismo y el desarrollo de la oferta en hospedaje y alimentación que ha tenido un incremento 305 actividades.

En conclusión, Ibarra continua desarrollándose en todos sus sectores, en unos más que en otros lo que va determinando por varios años la especialización tanto de las personas, como de las actividades, es así que podemos confirmar que continuamos siendo una ciudad de comercio y servicios sin que los otros sectores no hayan tenido su desarrollo y comportamiento debido a diferentes causas.

#### **1.6.4.3.1 Crecimiento Del Desarrollo En El Sector De Los Ceibos**

En la actualidad Los Ceibos tiene 31 años de estar legalmente constituido. “Es un barrio donde el comercio fluye, sobre todo a partir de las 18:00, aquí no hay feriados, ni días cívicos, los locales comerciales abren sus puertas los 365 días del año”, señala Jorge Reascos, quien habita en el sector.

La directiva del barrio conformada por 17 moradores del barrio, entre ellos hombres y mujeres, tiene como prioridad trabajar en ejes de salud, educación, productividad, medio ambiente, seguridad, vialidad, cultura y participación ciudadana.

A pesar que la ubicación de los equipamientos recreativos y de áreas verdes, muestran una distribución en el territorio que permite cubrirlo a través de los radios de influencia, el número de metros cuadrados distribuidos para los habitantes determina 3.77 m<sup>2</sup>/ hab sin tomar en cuenta el bosque protector Guayabillas por cumplir un rol de conservación del entorno natural.

Hay que resaltar que el tema de áreas verdes en la ciudad, es crítico por contar con 1.76 m<sup>2</sup>/ habitantes, la Organización Mundial de la Salud (OMS) determina que las áreas verdes en los sectores más densos de la ciudades, deben ofrecer por lo menos 10 m<sup>2</sup>/ hab y para los sectores más

dispersos 15 m<sup>2</sup>/ hab, con la finalidad de garantizar una mayor calidad de vida. Si tomamos la referencia menor nos damos cuenta que existe un déficit de 8.24 m<sup>2</sup>/ habitantes.

Álvaro Castillo Aguirre, Alcalde del cantón Ibarra, expresó que estas obras buscan solucionar los problemas sociales y humanos de la sociedad ibarreña. La actual administración municipal está compensando la deuda social con los barrios y comunidades del cantón Ibarra, dijo la autoridad. Al mismo tiempo entregó oficialmente el polideportivo a los habitantes de Los Ceibos y los barrios ubicados al sur de la ciudad.

Estos escenarios deportivos son los espacios de reencuentro familiar, para que los niños respiren aire puro, que se relacionen entre sí, es un espacio para el desarrollo de la cultura, el deporte y para el aprendizaje de una mejor ciudadanía.

#### **1.6.4.3.2 Establecimientos Que Ofrecen El Servicio De Gimnasio**

En la actualidad y de acuerdo con la información del Ilustre Municipio de Ibarra, existen registrados 23 gimnasios. Según la investigación realizada a los gimnasios, estos ofrecen los servicios de aeróbicos, máquinas de acondicionamiento físico y pesas.

A continuación se presenta el catastro municipal de los gimnasios de la ciudad de Ibarra:

**Tabla 7: Catastro De Gimnasios**

#	NOMBRE DE GIMNASIO	CALLE PRINCIPAL	CALLE SECUNDARIA
1	ZEUS GYM	VENEZUELA 03-054	BOLIVIA
2	GIMNASIO FITNESS	TOBIAS MENA 02-081	ANTONIO JOSE DE SUCRE
3	GIMNASIO ENFORMA	ANTONIO JOSE DE SUCRE 12-053	
4	BODY GYM	AV. ATAHUALPA 34-078	NAZACOTA PUENTO
5	THABATA GYM	SECUNDINO PEÑAFIEL 03-095	TOBIAS MENA
6	GIMNASIO	PANAMA 01-123	AV. RAFAEL MIRANDA N.
7	IRONNMAN GYM	JUAN DE DIOS NAVAS 02-070	AV. DR. JAIME RIVADENEIRA
8	WORLD GYM	ANTONIO JOSE DE SUCRE 13-079	AV. TEODORO GOMEZ DE LA TORRE
9	GIMNASIO INFANTIL POPEYE	RIO INTAG CASA 3	RIO BLANCO
10	HARD FORM	JUAN DE VELASCO 07-037	SIMON BOLIVAR
11	GIMNASIO ALLIV GYM 2	AV. CAP. CRISTOBAL DE TROYA 06-034	JULIO ZALDUMBIDE
12	IMBABURA	AV. RICARDO SANCHEZ 08-025	JUANA ATABALIPA
13	OLIMPO GYM	JUAN JOSE FLORES 13-050	AV. MARIANO ACOSTA
14	BODY GYM	JOSE MIGUEL LEORO 09-031	AV. RAFAEL SANCHEZ
15	TITANES GYM	JUAN DE LA ROCA 05-054	CARLOS EMILIO GRIJALVA
16	ENERGY MAX	27 DE NOVIEMBRE 04-032	
17	FITNESSCLUB	RIO BLANCO 04-105	AV. EL RETORNO
18	FLEX GYM	AV. TEODORO GOMEZ DE LA TORRE 06-038	ANTONIO JOSE DE SUCRE
19	GIMNASIO	SIMON BOLIVAR 08-045 CC CASA BLANCA	PEDRO MONCAYO
20	CROSSFIT IBARRA	MONS. JORGE EDUARDO VILLACIS GUIASSI 01-040	AV. CAP. CRISTOBAL DE TROYA
21	HORUS GYM	EZEQUIEL RIVADENEIRA 08-053 S ANT	10 DE AGOSTO
22	FITNESS-PRO	CRISTOBAL GOMEZJURADO 06-060	DARIO EGAS GRIJALVA
23	GIMNASIO	HERMOGENES DAVILA S/N	EL ESPINO

**FUENTE:** Municipio de Ibarra

**ELABORADO POR:** El Autor



A continuación se muestra solamente los gimnasios que se encuentran en la zona de investigación y que tendrán influencia directa en el desarrollo del proyecto.

**Tabla 8: Gimnasios Que Influyen Directamente**

<b>DETERMINACION DE LA OFERTA</b>			
<b>NOMBRE DE GIMNASIO</b>	<b>ASISTENCIA DIARIO</b>	<b>MENSUAL</b>	<b>ANUAL</b>
GIMNASIO FITNESS	158	3792	45504
GIMNASIO ENFORMA	170	4080	48960
WORLD GYM	165	3960	47520
FITNESSCLUB	180	4320	51840
BODY GYM	165	3960	47520
HARD FORM	155	3720	44640
GIMNASIO ALLIV GYM 2	188	4512	54144
IMBABURA	160	3840	46080
OLIMPO GYM	190	4560	54720
FLEX GYM	150	3600	43200
GIMNASIO	148	3552	42624
IRONNMAN GYM	120	2880	34560
TITANES GYM	135	3240	38880
FITNESS-PRO	150	3600	43200
BODY GYM	145	3480	41760
<b>TOTAL</b>	<b>673</b>	<b>57096</b>	<b>685152</b>

FUENTE: Municipio de Ibarra

ELABORADO POR: El Autor

## 1.6.5 Socio-Culturales

### 1.6.5.1 Educación Y Cultura

#### Educación

La escolaridad se refiere al número promedio de años lectivos aprobados en instituciones de educación formal (en los niveles primario, secundario y superior universitario, superior no universitario y postgrado) por las personas de una determinada edad. Se trata de una medida del nivel de escolaridad alcanzada por la población, en particular por las personas adultas.

El promedio de años de escolaridad en la provincia de Imbabura en el año 2001 según datos del SIISE es de 6. Lo cual muestra un nivel de escolaridad muy bajo, si se tienen en cuenta que hay 16 años de formación hasta llegar al nivel superior a la edad de 22 años.

En la Imbabura rural el número de años de escolaridad (4) es la mitad que en el área urbana (8). Y las mujeres siguen yendo menos a la escuela que los hombres. A nivel provincial ellas tienen un año menos de escolaridad que ellos.

El análisis de la escolaridad a nivel cantonal destaca prácticamente lo mismo que a nivel provincial, y sigue verificando lo dicho en apartados anteriores, en cuanto a la diferencia educativa entre la zona rural y la urbana, los hombres y las mujeres y los diferentes cantones.

## **Cultura**

Muchas personas acuden a los gimnasios tanto a realizar actividad física como a conocer gente, conversar, huir de casa, sentirse más ágil, conseguir mejor figura, ligar, lucir vestimenta, lucir figura, sentirse miembro de un grupo, seguir la moda, y en el caso de las personas adultas para sentirse mejor saludable y físicamente.

Se puede decir que los factores principales que motivan a una persona a buscar un gimnasio son:

**POR ESTÉTICA**, tal vez la principal, ya que en actualidad la sociedad nos impone un prototipo de “cuerpo perfecto” el cual todos quisieran tener para sentirse aceptados dentro de un mundo superficial. Las mujeres buscan lucir delgadas y con curvas perfectas, mientras que para los hombres es importante lucir músculos definidos y torsos amplios como los modelos; todo esto para lucir prendas ajustadas al cuerpo y causar admiración, además de lucir como personas fuertes.

**POR SALUD**, sin embargo un gran número de personas acuden a un gimnasio para tener una vida más saludable, además para evitar y prevenir enfermedades. Por ejemplo la obesidad es una de las enfermedades modernas que cobra más vidas a nivel mundial. Un obeso es vulnerable a varias enfermedades como: hipertensión, diabetes, infartos, entre otros. Una persona obesa no necesariamente debe ser gorda, basta con medir el porcentaje de grasa que tiene en su cuerpo, es así que hasta alguien que luce delgado podría ser obeso.

### **1.6.5.2 Salud Y Nutrición**

La salud en Ibarra se halla garantizada por dos hospitales: San Vicente de Paúl (hospital público), Hospital del Seguro (Hospital del IESS), así como de más de 15 clínicas privadas y cerca de 300 consultorios privados.

La principal causa de muerte en Ibarra son los problemas cardio-cerebrales y los respiratorios, mientras la población goza de una alta calidad de vida y una esperanza de vida que se aproxima a los 79,7 años para los hombres y 83,4 años para las mujeres.

La obesidad es un problema que fue algo notorio en Ibarra durante el 2005 pero no trascendió a mayores ya que para 2010 el número de casos bajó y no se ha vuelto a tener pacientes que sufran este mal.

En el caso de la condición nutricional, el último informe de la encuesta demográfica y de salud materna e infantil (año 2005) señala que el 23% de los menores de 5 años de edad presenta desnutrición crónica. Este valor se incrementa sensiblemente en los hijos de mujeres indígenas (47%), cuando el nivel de educación de la madre es menor (38% en hijos de madres sin instrucción) y cuando su lugar de residencia es la región sierra (32%) y el sector rural (31%). Adicionalmente, la desnutrición aguda afecta al 9,1% de los menores de 5 años en el país.

## **1.6.6 Marco Político – Legal**

### **1.6.6.1 Político**

Es importante que las empresas realicen adecuadamente el análisis del entorno político, económico y regulatorio, ya que estos factores que condiciona los negocios en una sociedad. El alejarse de esos ámbitos es un error común en el día a día de las organizaciones a nivel mundial. El entorno repercute en el desarrollo de los negocios, generando oportunidades y amenazas que deben ser identificadas, cuantificadas y gestionadas correctamente.

Según Walter Spurrier las empresas tienen dificultades en el enorme costo que significa poderse mantener al día en los cambios permanentes en las reglas tributarias. Y luego en cuanto a impuestos que distorsionan en un entorno recesivo.

El Estado va a tener que cortar el gasto corriente porque es tan alto que le quita al Gobierno la posibilidad de invertir. El gasto del Estado debe ser recortado por medio de los trámites que ya no se deben hacer y deben eliminarse. Para el próximo Gobierno es inevitable hacer recortes. Si no se hacen las reformas según un estudio del FMI la economía se contraría en los próximos años.

Según Alfredo Vergara Ex Superintendente de Bancos Ecuador puede modificar el reglamento de forma interna. Sin embargo, el problema es que el endeudamiento público es tan asfixiante que el próximo Gobierno va a tener que acudir a la comunidad internacional en busca de créditos más baratos.

El actual monto de endeudamiento y a los altos costos va a ser imposible soportar para la economía del Ecuador. Lo que hemos hecho este año, todo ese endeudamiento nuevo en gran porcentaje ha sido para pagar deuda vieja.

### **1.6.6.2 Legal**

Para abordar este tema se identificará la normativa legal que se encuentra en vigencia en el Ecuador. Esta investigación parte analizando los artículos 381 y 383 de la Constitución del Ecuador (2008) donde se manifiestan que tanto la educación física como la recreación, favorecen a la salud, formación y progreso integral de las personas; básicamente se trata de incentivar al deporte o a la realización de cualquier actividad con el fin de disminuir las estadísticas que presenta el Ministerio del Deporte.

De igual forma en el objetivo 10 del Plan Nacional del Buen Vivir (2013-2017) expresa que hoy en día autoridades tratan de impulsar la matriz productiva, fortaleciendo servicios existentes en el mercado e incentivando a generar más organizaciones que presenten servicios con un fin; el de generar fuentes de empleo que ayuden a la inclusión de las personas; ayudando a su nivel de ingresos que influirá a mejorar la calidad de vida de las personas.

Otro punto muy importante se habla en el artículo 3 de la Ley Orgánica de Salud (2006) correspondiente al tema de la salud y bienestar físico, que especifica básicamente que este es un derecho irrenunciable de los ciudadanos y ciudadanas del Ecuador.

Por último los artículos 89 y 142 de la Ley del Deporte, Educación Física y recreación (2010) se vinculan directamente con el desarrollo de esta investigación, mismos que ponen de manifiesto que la recreación principalmente ayuda a que las personas se sientan libres del estrés diario logrando de esta manera crear una mejor calidad de vida de las y los ciudadanos. Además se especifica que se deben desarrollar proyectos que ayuden a la realización de actividades físicas de cada uno de los ciudadanos y ciudadanas.

### **1.6.7 Tecnología**

Las nuevas tecnologías han llegado a todos los ámbitos de nuestra vida, incluso en los gimnasios es cada vez más habitual encontrarnos con máquinas avanzadas y métodos modernos que facilitan a los usuarios la práctica del ejercicio.

El desarrollo de nuevas maquinarias e implementos deportivos logran captar la atención de los usuarios, dado el hecho de que los mismos ya están cansados de que este tipo de negocios les ofrezcan siempre lo mismo.

La competencia del mercado exige a los gimnasios equiparse con máquinas de última generación tanto en cardio como en musculación, contar con la mejor innovación permite a los usuarios ajustar los ejercicios de acuerdo a sus necesidades por ejemplo perder peso, aumentar su musculatura o moldear su figura, tanto en los ejercicios como en la frecuencia e intensidad de éstos.

Además el desarrollo de nuevas tendencias en cuanto al cuidado físico logran introducirse al mercado como una alternativa a usuarios que buscan innovación, es decir, aquellos que buscan reducir tiempo y esfuerzos y lograr cambios significativos en el menor tiempo posible, incluso la innovación ha llegado a niveles impensados como guardar el registro de actividad física en la ficha del usuario

Tendencias físicas como el pole dance, crossfit, yoga, tai-chi, entre otras; logran captar cada día más personas interesadas, puesto que son las tendencias físicas que están en boga en la actualidad.

#### **1.6.7.1 Maquinas**

En Ecuador podemos encontrar gran cantidad de empresas dedicadas a la fabricación y venta de máquinas, accesorios e implementos necesarios para adecuar un gimnasio. Algunas de estas empresas son:

## **TAURUS FITNESS COMPANY**

Nace en el Ecuador en el año 2000, convirtiéndose en la empresa líder en importación, fabricación e instalación de gimnasios. En el año 2014 empezó con el negocio de franquicias, teniendo tres importantes puntos en las ciudades de Loja, Santo Domingo y Portoviejo. En los tres últimos años han tenido un desarrollo exponencial en todas las áreas, fabricando más de 1000 máquinas por año a nivel nacional ya que cuentan con modernas instalaciones de bodega que tiene una extensión de más de 2.000 metros cuadrados lo que permite entregar equipos en tiempo record, esto gracias al gran stock y a los equipos con tecnología electrostática, tornos y demás máquinas industriales, obteniendo como resultado una alta productividad entregando a menor costo ofreciendo una amplia variedad de diseños y colores.

En el año 2016 se han vinculado con la Corporación Líder en el mercado de Perú GOLD FITNESS con su marca ACTIVE LIFE, convirtiéndose así en la empresa más importante en la Costa del Pacífico Sur. Además Taurus cuenta con su matriz ubicada en Saucés con una extensión de más de 2.400 metros y durante el año 2016 – 2017 se inaugurarán tres mega gimnasios en Samanes, Samborondón y en el sur de la ciudad de Guayaquil, dando paso a convertirse en la cadena más importante del Ecuador.

## **GYMTEK**

Es una compañía especializada en equipos para entrenamiento físico. Cuentan con equipos importados para acondicionar todo tipo de gimnasio con las mejores máquinas, que brindaran comodidad, seguridad y buena estética a la hora de hacer ejercicios.

Poseen un amplio catálogo de productos, todos con la más completa garantía y un amplio stock de repuestos. Cuentan con caminadoras de alto tráfico, elípticas, bicicletas, remadoras, toda la línea cardio, equipos de fuerza con excelentes acabados y alta resistencia además de todo el implemento

necesario para hacer realizar ejercicio. Los precios se ajustan a las necesidades del cliente, y crean un plan de pago y financiamiento directo sin interés, permitiendo así el constante crecimiento del negocio.

## **ZONA GYM**

Ofrece una gran variedad de máquinas, equipos para gimnasio y rehabilitación, aparatos de gimnasio para todo el Ecuador con diseños modernos y con materiales de alta calidad. Los productos están fabricados bajo parámetros de biomecánica, ergonomía y resistencia para gimnasio profesionales.

Equipos Zona Gym ofrece una garantía sobre sus estructuras de 4 años. Para los acabados y piezas de desgaste 1 año para tapizados 6 meses. La matriz se encuentra ubicada en Ambato, Avenida Induamerica cerca de la gasolinera américa.

## **DISPRONAGUER CIA. LTDA.**

Es una compañía Ecuatoriana fundada en el año 2004 dedicada al mercado del Fitness, comercializando equipos profesionales para gimnasios de alto rendimiento, clubs, hoteles o para el hogar, y ofreciendo también el servicio de acondicionamiento físico, fomentando el desarrollo humano y procurando el equilibrio entre cuerpo, mente y alma.

Han establecido alianzas estratégicas con compañías nacionales y extranjeras para ofrecer siempre productos de alta calidad al mercado ecuatoriano. Actualmente son Representantes Exclusivos de los productos ofrecidos por la empresa Brudden Equipamientos Ltd. como son los equipos de cardio marca Movement y los equipos para deportes acuáticos Náutica. Adicionalmente, distribuyen equipos de musculación y fuerza de alta calidad



## 1.7 Matriz AOOD

*Tabla 9: Matriz AOOD*

<b>ALIADOS</b>	<b>OPONENTES</b>
<ul style="list-style-type: none"><li>• Clima con condiciones adecuadas para ejercitarse físicamente.</li><li>• Gran demanda de los servicios que ofertan los gimnasios.</li><li>• Aumento de interés por la actividad física.</li><li>• Máquinas y accesorios disponibles en el país.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• No disponibilidad de local propio</li><li>• Servicios sustitutos en lugares públicos.</li></ul>
<b>OPORTUNIDADES</b>	<b>RIESGOS</b>
<ul style="list-style-type: none"><li>• Demanda creciente</li><li>• Impulso del gobierno a la creación empresas de servicios.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Inestabilidad económica en todo el país.</li><li>• Aumento del desempleo.</li></ul>

**Elaborado por:** El Autor

## 1.8 IDENTIFICACIÓN DE OPORTUNIDAD DE INVERSIÓN

Al realizar el diagnóstico situacional del entorno donde se llevara a cabo el proyecto se pudo determinar aspectos que serán beneficiosos para poner en marcha esta idea de negocio, de igual manera se estableció cuales factores posiblemente generaran riesgo e impacto negativo en cuanto al proyecto.

La idea de realizar este proyecto se debe al aumento de interés de las personas por verse y sentirse bien, tanto física como mentalmente. Tomando en cuenta que un gimnasio es un lugar donde se realiza actividad física que ayuda a fortalecer el cuerpo y llevar una vida disciplinada, también puede ser una alternativa de recreación, relax o simplemente un lugar para conocer e interactuar con nuevas personas.

La propuesta de implementar un establecimiento con espacios adecuados para realizar este tipo de actividades físicas hace que la idea de poner un gimnasio en este sector sea buena, el mismo que servirá de impulso para que las personas realicen actividad física y contribuyan a reducir el sedentarismo.

Con la puesta en marcha del gimnasio se busca que los principales beneficiados sean los clientes que adquieran el servicio de gimnasio, los trabajadores ya que se estaría generando nuevas fuentes de empleo y los socios que recibirán sus respectivas ganancias.

Es por estas razones que se pretende crear este nuevo gimnasio, el cual entregará al público un servicio de calidad a través de las disciplinas físicas y consejos de alimentación saludable que son impartidos por instructores competentes, de tal forma que el cliente se sienta satisfecho por la atención.

## CAPÍTULO II

### 2 MARCO TEÓRICO

#### 2.1 Gimnasio

##### 2.1.1 Definición

Según (definiciona.com, 2016) *“Gimnasio se refiere a un lugar, establecimiento, local o sitio destinado a la práctica y el ejercicio de la disciplina de la gimnasia y aplicado a cualquier deporte semejante con la finalidad de desarrollar y fortalecer el estado físico del cuerpo por medio de ejercicios”*.

Un gimnasio es un lugar cerrado, donde se puede realizar actividades físicas que ayuda a mejorar el estado físico y mental de las personas.

##### 2.1.2 Importancia

Según (Salud y Bienestar, 2017) El gimnasio es importante ya que brinda diferentes ventajas, tales como:

**La salud general:** Un régimen regular de ejercicios ayuda a mejorar la salud general de una persona. Los efectos positivos son evidentes gradualmente al entregarse a sí mismo durante un ejercicio regular. Una caminata a paso ligero durante media hora y el ejercicio libre de la mano le mantiene en forma. Mejora la circulación sanguínea y también mejora la inmunidad.

**La reducción de peso:** Esta es la principal ventaja de estar en forma. Hacer ejercicio con regularidad es uno de los métodos de la pérdida natural de peso. Usted puede quemar más calorías, lo que es sin duda saludable para el cuerpo. También se mantendrá en forma. Por lo tanto, la reducción de peso es uno de los importantes beneficios de la buena condición física.

**Una fuerte construcción:** Mantenerse en forma mediante los entrenamientos regulares y la construcción de los músculos con los huesos fuertes. Las personas que sufren de dolor de la espalda, dolor en los hombros, etc., deben ser regulares con ciertos ejercicios. Si se siguen atentamente, el dolor estará obligado a ser reducido. Por lo tanto, usted debe saber por qué la aptitud es importante para mejorar la fuerza muscular.

**La fuerza mental:** Un cuerpo en forma es no sólo físicamente fuerte, sino que es fuerte mentalmente. Una rutina combinada, incluyendo el ejercicio y la dieta, tienen un efecto positivo sobre la función cerebral. Se eleva el flujo de sangre al cerebro y mejora la memoria de una persona. También le mantiene a uno mentalmente fuerte. También le recomendamos conocer algunos de los componentes de la aptitud física para mejorar la salud mental.

### **2.1.3 Ventajas de asistir al gimnasio**

Según (VAZQUEZ, 2017) existen varias ventajas de asistir a un gimnasio, tales como:

**Hay Variedad:** si bien en casa podemos hacer algunos ejercicios, o podemos optar por salir a correr, caminar o andar en bicicleta, nuestras opciones nos limitan. En un gimnasio tenemos variedad de posibilidades: desde ir simplemente a la cinta o la bici estática, hacer pesas, asistir a clases de todo tipo. De esta forma, garantizamos no aburrirnos rápidamente de hacer ejercicio.

**Ayuda Profesional:** además, si tenemos alguna duda, dolor, molestia o cualquier otro asunto, en un gimnasio siempre podemos consultar con gente especializada y profesional. En muchos gimnasios incluso también tienen nutricionistas que nos permitirán mantener una dieta saludable y un plan integral para bajar de peso.

**Se Crea Rutina:** al estar pagando una cuota mensual, muchas personas se “obligan” a ir al gimnasio, ya que sino sería un gasto de dinero innecesario. De esta forma, generamos el hábito de hacer ejercicio, que es fundamental para tener una vida más sana a cualquier edad.

**No distracciones:** Al estar en un lugar únicamente para hacer deporte, dedicamos el 100% de nuestra atención y energías a ejercitarnos. Si estamos en casa puede que nos distraigamos con la tele, el teléfono que suena, la computadora, los niños que corretean... Sin duda alguna, el gimnasio nos ayudará a lograr mejores resultados y ¡sin perder tiempo!

**Socialización:** Sí, hasta ahora hemos hablado de los beneficios del entrenamiento en el gimnasio desde el punto de vista físico. Pero además de sentirnos mejor físicamente, el deporte debe ser una vía para sentirnos mejor emocionalmente. Si salimos a correr solos, o hacemos deporte dentro de nuestro hogar, no tenemos la oportunidad de salir y conocer gente nueva. Puede parecer extraño, pero grandes amistades pueden forjarse yendo a un gimnasio.

#### **2.1.4 Servicios De Un Gimnasio**

Según (SpainFitness, 2008) *“Los gimnasios deben ofrecer una buena cantidad de máquinas para diversos ámbitos deportivos como los aeróbicos y la musculación. Es bueno tener en cuenta en este aspecto la calidad, estado y organización de las maquinas con el propósito que estas puedan ofrecer a nosotros todas sus bondades”*.

Es necesario que un buen gimnasio disponga de excelentes asesores y/o entrenadores profesionales, ya que esto contribuye directamente a mejorar no solo la atención del lugar, sino además el entrenamiento de cada cliente. Muchos de los grandes ofrecen al cliente servicios alternativos como los masajes, terapias alternativas, piscina, sauna y sesiones de artes marciales y relajación mental, pues esto es un excelente complemento para cualquier actividad física.

## **2.1.5 Máquinas del gimnasio**

### **Bicicletas Estacionarias**

(Aparatos de , 2017), expresa que: *“Es uno de los equipos para gimnasio más utilizado en el mundo por su grandiosa reputación, la cual se ha visto forjado gracias a la utilización de la resistencia eólica al momento de pedalear el equipo, la cual llega a ser exponencial, esto significa que mientras el usuario pedalee más, el nivel de resistencia se verá aumentada”*.

La bicicleta estacionaria es un instrumento que ayuda a encontrar un equilibrio al trabajar grupos musculares en las piernas, además de que mejora la estabilidad en las rodillas.

### **Cintas de Correr**

(Aparatos de , 2017), manifiesta que: *“Este aparato para Gym esta diseñado especialmente para lograr un estímulo sobre el ritmo cardíaco, mejorando así el suministro de sangre que llega al corazón. El uso principal de este equipo para Gym, es la de mantener una buena salud cardíaca”*.

Las cintas de correr también se conocen como caminadoras, generan un estímulo en la circulación en los vasos sanguíneos, permitiendo mejorar el ritmo cardíaco.

### **Elípticas**

(Aparatos de , 2017), expresa que: *“Es uno de los aparatos para Gym cuya función es la de aumentar el tamaño de los músculos de la cadera y la fuerza de los cuádriceps, así como mejorar su movilidad. Su mayor ventaja es la de tener instalada una cinta especial que se encarga de evitar golpes en las rodillas durante el ejercicio”*.

Las elípticas presentan una función muy especial para las personas con problemas en las rodillas ya que les permite hacer ejercicio de cardio-fitness con un mínimo de tensión en la rodilla.

### **Banco Press**

Según (Eduardo, 2014), *“Se trata de una pequeña banca con soporte para barras en la parte de la cabeza, que permite trabajar el pecho con el press de banca, los tríceps con el press francés, entre otras partes del cuerpo que requieran de un soporte para que el cuerpo se mantenga en posición horizontal”*.

Esta máquina permite fortalecer directamente la parte media del pecho incrementando su fuerza y su tamaño.

### **Dorsalera (Polea Alta)**

Según (Eduardo, 2014), *“Es una máquina que incluye un sistema de poleas, un asiento y porte para los muslos, permitiendo trabajar la espalda, mientras se está sentado y se levanta y deja caer poco a poco una barra mediante las poleas”*.

Esta máquina se usa para trabajar la espalda alta específicamente a través de jalones tras la nuca o sobre el pecho.

### **Máquina de Femorales**

Según (Eduardo, 2014), *“En esta máquina se debe permanecer recostado boca abajo para trabajar los femorales o isquiotibiales, los músculos que se sitúan en la parte posterior de la pierna”*.

Se puede decir que esta máquina ayuda a fortalecer el femoral, realizando ejercicio recostado boca abajo.

### **Paralelas**

Según (Eduardo, 2014), *“Es una de los aparatos de diseño más sencillas que suele encontrarse. Cuenta únicamente con un apoyo para brazos y espalda, permitiendo trabajar los tríceps, el pecho o los abdominales con el peso propio del cuerpo”*.

Se puede manifestar que el uso de esta máquina sirve para ejercitar los abdominales, los tríceps y el pecho solo con el peso corporal.

### **Poleas cruzadas**

Según (Eduardo, 2014), *“Se trata de un arco completamente de metal con los extremos en donde se colocan los pesos que mediante las poleas deben usarse con la ayuda de las manos y piernas. Es ideal para trabajar la espalada (mediante los cruces de las poleas), los brazos, glúteos y piernas”*.

Este tipo de máquina contiene un sistema de poleas que permite ejercitar varias partes del cuerpo, como los brazos, pecho, piernas y la espalda.

### **Prensa de Piernas**

(GOTTAU, 2011), expresa que: *“Es una máquina con respaldo inclinado que permite posicionar la espalda y posee una plataforma en la cual debemos colocar los pies para levantar con las piernas el peso. Sirve para trabajar sobre todo, femorales y glúteos aunque también se puede trabajar en ella cuádriceps y aductores”*.

El uso de esta máquina contribuye al fortalecimiento muscular de la parte posterior de las piernas en especial los glúteos y femorales.

### **2.1.6 Actividad Física**

Según (Organización Mundial de la Salud, 2017) define la actividad física como: *“cualquier movimiento corporal producido por los músculos esqueléticos, con el consiguiente consumo de energía. Ello incluye las actividades realizadas al trabajar, jugar y viajar, las tareas domésticas y las actividades recreativas”*.

La expresión actividad física no se debería confundir con ejercicio, que es una subcategoría de actividad física que se planea, está estructurada, es repetitiva y tiene como objetivo mejorar o



mantener uno o más componentes del estado físico. La actividad física tanto moderada como intensa es beneficiosa para la salud.

### **2.1.7 Sedentarismo**

Según (Valencia, 2013) *“El sedentarismo físico es la carencia de ejercicio físico en la vida cotidiana de una persona, lo que por lo general pone al organismo humano en una situación vulnerable ante enfermedades, especialmente cardíacas”*.

El sedentarismo es un estado de la persona en el cual no realiza ningún tipo de actividad física lo que puede causar enfermedades como por ejemplo la obesidad.

### **2.1.8 Nutrición**

Según (Organización Mundial de la Salud, 2017) *“La nutrición es la ingesta de alimentos en relación con las necesidades dietéticas del organismo. Una buena nutrición (una dieta suficiente y equilibrada combinada con el ejercicio físico regular) es un elemento fundamental de la buena salud. Una mala nutrición puede reducir la inmunidad, aumentar la vulnerabilidad a las enfermedades, alterar el desarrollo físico y mental, y reducir la productividad”*.

Nutrición es ingerir alimentos que ayudan a fortalecer nuestro cuerpo, evitando alimentarse con comida chatarra.

## **2.2 Factibilidad**

### **2.2.1 Definición**

Según (Padilla, 2011, pág. 12) establece: *“La Factibilidad consiste en la recopilación de datos relevantes sobre el desarrollo del proyecto y en base a ello tomar la mejor decisión, si procede su estudio, desarrollo o implementación. Enfocado al análisis de la alternativa más atractiva estudiada en la pre factibilidad”*.

### **2.2.2 Tipos**

(Padilla, 2011, pág. 16), establece: Existen varios tipos de factibilidad varios de estos son:

- Factibilidad técnica determina si es posible física o materialmente hacer un proyecto. Puede incluso llegar a evaluar la capacidad técnica y motivación del personal involucrado.
- Factibilidad legal determina la existencia de trabas para la instalación y operación normal del proyecto, incluyendo las normas internas de la empresa.
- Factibilidad económica determinar la rentabilidad de la inversión en un proyecto.
- Factibilidad de gestión determina si existen las capacidades gerenciales internas de la empresa para lograr la correcta implementación y eficiente administración del negocio.
- Factibilidad ambiental determinar el impacto sobre el ambiente; por ejemplo, la contaminación.
- Factibilidad política corresponde a la internacionalidad de quienes deben decidir si quieren o no implementar un proyecto, independientemente de su rentabilidad.
- Factibilidad social establece los beneficios que la ejecución del proyecto traerá a la comunidad en el mejoramiento de su nivel de vida.

### **2.2.3 Estudio De Factibilidad**

(Padilla, 2011, pág. 16), define: *“Estudio de factibilidad es un proceso de aproximaciones sucesivas, donde se define el problema por resolver. Para ello se parte de supuestos, pronósticos y estimaciones, por lo que el grado de preparación de la información y su confiabilidad depende de la profundidad con que se realicen tanto los estudios técnicos, como los económicos, financieros y de mercado, y otros que se requieran”.*

El estudio de factibilidad es aquel que permite conocer si un proyecto o idea de negocio será rentable o no el futuro.

## **2.3 Empresa**

### **2.3.1 Definición**

(Elbar Ramírez, 2010, pág. 19), detalla: *“La empresa Unidad propulsora de progreso económico y social, donde participan empresarios y trabajadores, quienes procesan materiales e información obteniendo bienes de mandados por las personas, beneficiándolas y generando así utilidades”*.

Según mi criterio una empresa es toda organización que se dedica a realizar actividades económicas ya sean de producción, comercialización de bienes o prestación servicios.

### **2.3.2 Importancia**

(García, 2012), propone: En la empresa se materializan la capacidad intelectual, la responsabilidad y la organización, condiciones o factores indispensables para la producción.

- Favorece el progreso humano “como finalidad principal” al permitir dentro de ella la autorrealización de sus integrantes.
- Favorece directamente el avance económico de un país.
- Armoniza los numerosos y divergentes intereses de sus miembros: accionistas, directivos, empleados, trabajadores y consumidores. Además la empresa “promueve” el crecimiento o desarrollo, ya que la inversión es “oferta” y es “demanda”.

Se puede decir que una empresa es importante ya que contribuye a la economía del país, generando fuentes de empleo y mejorando la calidad de vida de la sociedad.

### **2.3.3 Clasificación**

#### **2.3.3.1 De Acuerdo A Su Forma Jurídica**

##### **2.3.3.1.1 Nombre Colectivo**

(LEY DE COMPAÑIAS, pág. Art.36), plantea: *“La compañía en nombre colectivo se contrae entre dos o más personas que hacen el comercio bajo una razón social. La razón social es la fórmula enunciativa de los nombres de todos los socios, o de algunos de ellos, con la agregación de las palabras "y compañía". Sólo los nombres de los socios pueden formar parte de la razón social”*.

##### **2.3.3.1.2 Comandita Simple**

(LEY DE COMPAÑIAS, pág. Art. 59), plantea: *“La compañía en comandita simple es la constituye entre uno o varios socios solidariamente responsables o comanditados, que la administran, y otro u otros, simples suministradores de fondos, llamados socios comanditarios, cuya responsabilidad se limita al monto de sus aportes”*.

##### **2.3.3.1.3 Comandita Por Acciones**

(Heredia, 2011, pág. 144), define: *“Es un tipo mixto entre la sociedad anónima y comandita simple. La diferencia está que el capital de los socios comanditarios se encuentra dividido en acciones. En las acciones debe haber por lo menos un socio que responda ilimitadamente”*.

##### **2.3.3.1.4 Responsabilidad Limitada**

(LEY DE COMPAÑIAS, pág. Art. 92), expone: *“La compañía de responsabilidad limitada es la que se contrae entre tres o más personas, que solamente responden por las obligaciones sociales hasta el monto de sus aportaciones individuales y hacen el comercio bajo una razón social o denominación objetiva, a la que se añadirá, en todo caso, las palabras "Compañía Limitada" o su correspondiente abreviatura”*.

#### **2.3.3.1.5 Sociedad Anónima**

(LEY DE COMPAÑIAS, pág. Art. 143), expresa: *“Sociedad anónima es una sociedad cuyo capital, dividido en acciones negociables está formado por la aportación de los accionistas que responden únicamente por el monto de sus acciones”*.

#### **2.3.3.1.6 Empresas Unipersonales**

(Heredia, 2011, pág. 204), define: *“Empresas unipersonales es el negocio conformado por una sola persona, que teniendo capacidad para realizar actos de comercio y que para los efectos legales se le denomina “gerente propietario”, aporta un capital mínimo establecido por la ley y crea una persona jurídica independiente que funciona bajo una razón social, que cumplirá con los objetivos autorizados por la ley”*.

### **2.3.3.2 De Acuerdo A Su Tamaño**

#### **2.3.3.2.1 Pequeñas Empresas**

##### **2.3.3.2.1.1 Pequeña**

Según (Heredia, 2011) define: *“Su capital, número de trabajadores y sus ingresos son muy reducidos, el número de trabajadores no excede de 20 personas”*.

##### **2.3.3.2.1.2 Microempresa**

Según (Heredia, 2011) define: *“Su capital, número de trabajadores y sus ingresos solo se establecen en cuantías muy personales, el número de trabajadores no excede de 10 (trabajadores y empleados)”*.

### **2.3.3.2.1.3 Famiempresa**

Según (Heredia, 2011) define: *“Es un nuevo tipo de explotación en donde la familia es el motor del negocio convirtiéndose en una unidad productiva”*.

### **2.3.3.2.2 Medianas empresas**

Según (LEY DE COMPAÑIAS) define: *“La mediana empresa su capital, el número de trabajadores y el volumen de ingresos son limitados y muy regulares, número de trabajadores superior a 20 personas e inferior a 100”*.

### **2.3.3.2.3 Grandes empresas**

Según (LEY DE COMPAÑIAS) define: *“Las Grandes empresas su constitución se soporta en grandes cantidades de capital, un gran número de trabajadores y el volumen de ingresos al año, su número de trabajadores excede a 100 personas”*.

## **2.3.3.3 De Acuerdo A La Actividad**

### **2.3.3.3.1 Empresas del sector primario**

Según (Heredia, 2011) define: *“Empresas del sector primario son aquellas que básicamente su producción es extractaba, utilizando recursos de la naturaleza, en este sector encontramos las empresas agrícolas, pesqueras, mineras, sanitarias, etc”*.

En conclusión las empresas del sector primario son aquellas que se dedican principalmente a la producción agrícola, minera, etc.

### **2.3.3.3.2 Empresas del sector secundario**

Según (Heredia, 2011) define: *“Empresas del sector secundario estas empresas tienen la particularidad de transformar bienes físicamente para crear otros que sean útiles a los*

*consumidores, en este sector encontramos a empresas del rubro de la construcción, industrias metalúrgicas, fábricas de automóviles, etc”.*

En conclusión las empresas del sector secundario son aquellas que se dedican principalmente a transformar la materia prima en un producto.

#### **2.3.3.3.3 Empresas del sector terciario**

Según (Heredia, 2011) define: *“Empresas del sector terciario se dedican a comercializar productos elaborados para distintos usos, como también la prestación de servicios, como por ejemplo, transporte, locales comerciales, turismo, asesorías, etc”.*

En conclusión las empresas del sector terciario son aquellas que se dedican a la comercialización de bienes y servicios.

#### **2.3.3.4 De Acuerdo A La Procedencia Del Capital**

##### **2.3.3.4.1 Empresas públicas**

Según (Heredia, 2011) define: *“Pertencen íntegramente al estado, no adoptan una forma externa de sociedad privada, tiene personalidad jurídica propia, se dedican a una actividad económica y se someten alternamente al derecho público y al derecho privado. Ejemplo: Agua Potable y Alcantarillado, Alumbrado Público”.*

##### **2.3.3.4.2 Empresas privadas**

Según (Heredia, 2011) define: *“Lo son cuando el capital es propiedad de inversionistas privados y la finalidad es eminentemente lucrativa. A su vez, pueden ser nacionales, cuando los inversionistas son nacionales o nacionales y extranjeros y transnacionales, cuando el capital es preponderantemente de origen extranjero y las utilidades se reinvierten en los países de origen”.*

#### **2.3.3.4.3 Empresas mixtas**

(Heredia, 2011, pág. 194), define: *“Compañía de economía mixta es aquella que se constituye como tal que participa el Estado, los consejos provinciales, las municipalidades, las personas jurídicas de derecho público, conjuntamente con las personas naturales o jurídicas privadas y cuya finalidad es la satisfacción de necesidades de orden social”*.

### **2.4 Estudio De Mercado**

#### **2.4.1 Definición**

Según (Baca Urbina, Gabriel, 2012. Pág. 107), dice: *“Es el análisis, registro y recopilación sistemática de información sobre los aspectos generales y específicos del consumidor, del mercado del producto y los servicios. Es la piedra angular de la toma de decisiones y debe ser llevada a cabo antes de comenzar el negocio”*.

El estudio de mercado es el análisis de la información que se ha recopilado para determinar las necesidades y deseos de los potenciales clientes que adquirirían el producto o servicio, determinando aspectos importantes como el precio y su comercialización.

#### **2.4.2 Mercado Meta**

Según (NARESH, Malhotra, 2010, Pág. 178), dice: *“Es el conjunto de personas hacia quienes van dirigidos todos los esfuerzos de mercadotecnia, es decir, el que cumple con todas las características del segmento de mercado”*.

El mercado meta se refiere a un conjunto de personas al que va dirigido el producto o servicio, y que cumplen características como género, edad, etc.



### **2.4.3 Segmentación De Mercado.**

Según (Tirado, 2013, p. 57) define: *“Segmentación de mercado es diferenciar el mercado total de un producto o servicio en grupos diferentes de consumidores, homogéneos entre si y diferentes a los demás, en cuanto a los hábitos, necesidades y gustos que podrían requerir producto o combinaciones de marketing diferentes”.*

La segmentación de mercados es un proceso mediante el cual se identifica o se toma un grupo de compradores con características similares, es decir, se divide el mercado en varios segmentos, de acuerdo con los diferentes deseos de compra y requerimientos de los clientes.

### **2.4.4 Demanda**

(BACA, 2010, p.17) dice: *“Se entiende por demanda la cantidad de bienes y servicios que el mercado requiere o solicita para buscar la satisfacción de una necesidad específica a un precio determinado”.*

Se puede decir que la demanda es el producto o servicio que un consumidor requiere con algún fin y por el cual está dispuesto a pagar algún valor.

### **2.4.5 Oferta**

Según (Urbina, 2010, pág. 41) define: *“Oferta es la cantidad de bienes o servicios que un cierto número de oferentes (productores) están dispuestos a poner a disposición del mercado a un precio determinado”.*

En síntesis la oferta son todos los bienes o servicios que los productores están dispuestos a vender en un sitio determinado, fijando un precio a cambio de ello.

### **2.4.6 Demanda Insatisfecha**

Según (Chaín, 2011, pág. 43) define: *“Es la cantidad de bienes o servicios que es probable que el mercado consuma en los años futuros, sobre la cual se ha determinado que ningún producto*

*actual podrá satisfacer si prevalecen las condiciones en las cuales se hizo el cálculo”.*

En síntesis la demanda es un análisis entre la oferta y la demanda para saber qué cantidad del mercado aún no se ha cubierto.

#### **2.4.7 Precio**

Según (BACA, 2010, pág. 53), textualmente expresa: *“Es la cantidad monetaria a lo que los productores están dispuestos a vender, y los consumidores a comprar un bien o servicio, cuando la oferta y la demanda están en equilibrio.”*

El precio es la cantidad de dinero que cuesta un producto o servicio, para poder hacer uso del mismo.

#### **2.4.8 Producto.**

Según KOTLER Philip, KELLER (2012. Pág. 120), dice: *“Un producto es un conjunto de atributos tangibles e intangibles, identificables que incluye entre otras cosas empaque, color, precio, calidad, diseño y marca, junto con los servicios como garantía, mantenimiento y la reputación del vendedor. Es pues un conjunto de beneficios que satisfacen las necesidades del cliente”.*

El producto es el objeto del intercambio, el mismo que puede ser tangible o intangible y que tiene como finalidad satisfacer las necesidades del consumidor.

#### **2.4.9 Servicio.**

Según (KOTLER, KELLER, 2010, pág. 156) manifiesta: *“Un servicio es un conjunto de actividades que buscan responder a una o más necesidades de un cliente. Se define un marco en donde las actividades se desarrollarán con la idea de fijar una expectativa en el resultado de éstas”.*

Se puede decir que los servicios son intangibles y se refiere al conjunto de actividades que requiere el cliente para lograr satisfacer sus necesidades a cambio de un pago económico.

#### **2.4.10 Comercialización**

(BACA, 2010, pág. 57), afirma: *“es la actividad que permite al productor hacer llegar un bien o servicio al consumidor con los beneficios de tiempo y lugar.”*

Después de analizar este concepto se puede decir que la comercialización es un conjunto de procesos que se requieren para hacer llegar los bienes o servicios que ofrece el productor, hacia el consumidor.

#### **2.4.11 Promoción**

Según (Elbar Ramírez, 2010, pág. 49) manifiesta que: *“La promoción consiste en ofrecer y efectivamente dar incentivos a los consumidores, para que comprendan los productos de una empresa. La publicidad genera recordación de marca, la promoción influye en la conducta para provocar la compra”.*

En síntesis son los métodos que se utilizan para que el producto o servicio se vuelva más atractivo para el consumidor, para que de esta manera se incrementen las ventas.

#### **2.4.12 Publicidad**

Según (MÉNDEZ, SANDOVAL, 2007, pág. 318) expresa que: *“La Publicidad son los métodos empleados por compradores o vendedores para llamar la atención hacia sus productos o servicios, o para dar renombre a una empresa”.*

Es un conjunto de actividades que realiza una persona o empresa para dar a conocer su producto o servicio, a través de los medios de comunicación social que son uno de los soportes fundamentales de la publicidad.

### **2.4.13 Plaza.**

Según (MÉNDEZ, SANDOVAL, 2007, pág. 170) establece: *“Todas las organizaciones, ya sea que produzcan tangibles o intangibles, tienen interés en las decisiones sobre la plaza (también llamada canal, sitio, entrega, distribución, ubicación o cobertura). Es decir, cómo ponen a disposición de los usuarios las ofertas y las hacen accesibles a ellos. La plaza es un elemento de la mezcla del marketing que ha recibido poca atención en lo referente a los servicios debido a que siempre se la ha tratado como algo relativo a movimiento de elementos físicos”*.

Después de analizar el concepto antes expuesto se establece que, el término plaza se refiere al lugar estratégico donde se pretende entregar el producto o servicio al consumidor o el usuario.

## **2.5 Estudio Técnico**

### **2.5.1 Definición**

(Nassir Sapag Chain, 2008, pág. 25), expresa: *“El estudio técnico es la etapa que provee información para cuantificar el monto de las inversiones y de los costos de operación pertinentes para la puesta en marcha del proyecto. Se obtendrá la información de las necesidades de capital, mano de obra y recursos materiales, finalmente con el estudio técnico se determinarán los requerimientos de equipos de fábrica para la operación y el monto de la inversión correspondiente”*.

El estudio técnico permite conocer factores importantes como: el lugar donde se llevara a cabo el proyecto, el monto de inversión que requiere el proyecto y todo lo que será necesario para implementar la empresa.

### **2.5.2 Localización Del Proyecto**

(Edgar Ortegón, 2008, pág. 53), expresa: *“La localización del proyecto tiene como propósito seleccionar la ubicación más conveniente para el proyecto, es decir, aquella que frente a otras*

*alternativas posibles produzca el mayor nivel de beneficio para los usuarios y para la comunidad, con el menor costo social, dentro de un marco de factores determinantes o condicionantes”.*

Se refiere al análisis del lugar donde se pretende ubicar la empresa, el cual debe cumplir con las características convenientes para el proyecto que otros lugares no tienen.

### **2.5.3 Micro LOCALIZACIÓN**

(KOTLER, 2013, pág. 70), define: *“Micro localización es el estudio que se hace con el propósito de seleccionar la comunidad y el lugar exacto para elaborar el proyecto, en el cual se va elegir el punto preciso, dentro de la macro zona, en donde se ubicará definitivamente la empresa o negocio, este dentro de la región, y en ésta se hará la distribución de las instalaciones en el terreno elegido”.*

La micro localización consiste en analizar la respectiva ubicación del proyecto, a través de una evaluación de factores que permitan determinar sector más ventajoso para desarrollar el proyecto.

### **2.5.4 Macro Localización**

(KOTLER, 2013, pág. 67), detalla: *“La macro localización es la localización general del proyecto, es decidir la zona general en donde se instalará la empresa o negocio, la localización tiene por objeto analizar los diferentes lugares donde es posible ubicar el proyecto, con el fin de determinar el lugar donde se obtenga la máxima ganancia, si es una empresa privada, o el mínimo costo unitario, si se trata de un proyecto desde el punto de vista social”.*

La Macro localización pretende encontrar adecuadamente la ubicación para implantar el proyecto, determinando y analizando aspectos sociales dentro del área geográfica de una región.

### **2.5.5 Tamaño Del Proyecto**

(Meza Orozco, 2010, pág. 25), define: *“El tamaño del proyecto es la capacidad de producción de bienes y servicios del proyecto, y consiste en determinar la dimensión de las instalaciones, así*

*como la capacidad de maquinaria y equipos requeridos para alcanzar un volumen de producción óptimo, la definición de tamaño debe adecuarse a la naturaleza de cada proyecto”.*

El tamaño del proyecto es aquel que evalúa la dimensión de las instalaciones que se requiere para producir un producto u ofrecer un servicio, además de las máquinas y otros accesorios necesarios.

### **2.5.6 Ingeniería Del Proyecto**

(BACA, 2010, pág. 102) Menciona: *“El estudio de la ingeniería del proyecto es resolver todo lo concerniente a la instalación y funcionamiento de la planta. Desde la descripción del proceso, adquisición de equipo y maquinaria, se determina la distribución óptima de la planta, hasta definir la estructura jurídica y de organización que habrá de tener la planta productiva”*

Se puede decir que en el estudio de la ingeniería del proyecto se enfoca en establecer los procesos de elaboración de un producto o de la prestación de un servicio, así como también se determina la distribución correcta de la planta y la tecnología que se utilizara para realizar cada una de las actividades.

### **2.5.7 Capacidad Instalada**

Según (CÓRDOVA, 2010) señala que: *“Corresponde al nivel máximo de producción o prestación de servicios que los trabajadores con la máquina, equipos e infraestructura disponible pueden generalmente.”*

Haciendo un análisis del concepto se puede expresar que la capacidad instalada es el nivel de producción que posee la empresa para producir un producto o un servicio.

## **2.5.8 Inversión Del Proyecto**

Según (NÚÑEZ, 2007, pág. 185), manifiesta: *“La inversión está comprendida por los activos fijos, tangibles e intangibles necesarios para operar y el capital de trabajo”*.

La inversión hace referencia la colocación de capital para obtener una ganancia futura.

## **2.5.9 Costos De Produccion**

### **2.5.9.1 Mano De Obra**

Según SARMIENTO, Rubén (2010) menciona: *“Es la fuerza de trabajo o el trabajo humano incorporado en el producto, es decir el que elaboran los trabajadores en el proceso de producción; sea su trabajo manual o tecnificado e las máquinas que están transformando en `productos terminados, además el valor por pago de salarios se puede fácilmente determinar en dicho producto.”*

Se puede señalar que la Mano de Obra está representada por la fuerza de trabajo que se incorpora en la transformación de la materia prima y los insumos para obtener un bien o servicio.

### **2.5.9.2 Materia Prima**

Según SARMIENTO, Rubén (2010) menciona: *“La Materia Prima directa es considerada como el elemento básico del costo; es decir el incorporado en el producto, siendo éste en muchos casos el más importante para la transformación de un artículo determinado.”*

La materia prima directa es aquella que está directamente involucrada en la elaboración de un bien o servicio. Sin esta no se obtendrá dicho producto.

### **2.5.9.3 Costos Indirectos De Fabricación**

Según SARMIENTO, Rubén (2010) menciona: *“Es considerado a todos los costos y gastos necesarios que intervienen en la producción, pero que no fueron clasificados en los elementos anteriores, es decir que no son ni Materia Prima Directa ni Mano de Obra Directa.”*

En mención a dicha definición se puede recalcar que los Gastos Indirectos De Fabricación están representados por aquellos rubros que actúan de manera indirecta en la producción como están mano de obra indirecta, materia prima indirecta, depreciaciones y otros gastos.

## **2.5.10 Gastos Operacionales**

### **2.5.10.1.1 Gastos Administrativos**

Según (GUAJARDO, 2014) expresan que: *“Son los necesarios para llevar el control de la operación del negocio.”*

Los gastos administrativos constituyen todos aquellos costos fijos, tales como salarios de oficina, gastos de servicios públicos y materiales de oficina que son necesarios para llevar a cabo las tareas administrativas de la empresa.

### **2.5.10.1.2 Gastos De Ventas**

Según (GUAJARDO, 2014) expresan que: *“Corresponden a las erogaciones directamente relacionadas con el esfuerzo de vender los bienes o brindar los servicios objeto del negocio.”*

Los gastos de ventas usualmente comprenden todos los costos asociados o vinculados con las ventas de la compañía. Esto incluye salarios del personal de ventas y de ejecutivos, publicidad y gastos de viaje. En general, los gastos de ventas están en relación de las ventas de la empresa, representas a los costos variables.

### **2.5.10.2 Utilidad Bruta**

Según (Greco, 2008), define: *“Es la diferencia entre ingresos y egresos de la actividad empresarial”*.

Utilidad bruta es la restar entre las ventas generadas durante un periodo contable, y los costos en los que se han incurrido para la elaboración del producto.



### **2.5.10.3 Utilidad Neta**

Según (Greco, 2008), define: *“Es el resultado de restar todos los gastos, operacionales y no operacionales, a los ingresos brutos generados durante un periodo concreto de tiempo”*.

Utilidad neta es el resultado de restar la utilidad operativa los gastos financieros y los impuestos del periodo, es el resultado final que considera ingresos menos todos los gastos. Mostrando mostrar el rendimiento total de la empresa respecto a la explotación de sus recursos.

### **2.5.10.4 Capital De Trabajo**

Según (Urbina, 2010, pág. 145) define: *“Desde el punto de vista contable el capital de trabajo se define como la diferencia aritmética entre el activo circulante y el pasivo circulante. Desde el punto de vista práctico, está representado por el capital adicional (distinto de la inversión entre activo fijo y diferido) con que hay que contar para que empiece a funcionar una empresa”*.

Por la definición expuesta se determina que, el capital de trabajo es la inversión adicional liquida que debe aportarse para que la empresa empiece a funcionar.

## **2.6 Estudio Financiero**

### **2.6.1 Definición**

Según (Greco, 2008), define: *“Ordena y sistematiza la información de carácter monetario que proporcionan las etapas anteriores y elabora los cuadros analíticos que sirven de base para la evaluación económica”*.

Expuesta la anterior definición se establece que, el estudio financiero es el análisis de la capacidad de una empresa para ser sustentable, viable y rentable en el tiempo, dicho estudio es una parte fundamental de la evaluación de un proyecto de inversión.

## **2.6.2 Presupuesto De Ingresos**

Según (Greco, 2008), define: *“Elemento central del proceso presupuestario, pues a consecuencia de él se procede a la estimación de los costos de producción, financiero y prácticamente todas las proyecciones vinculadas en algún modo al nivel de actividad esperado”*.

El presupuesto de ingresos es una herramienta que usa la empresa para realizar el cómputo anticipado de los posibles ingresos que podría tener con la finalidad de financiar los gastos que figuran en el presupuesto de gastos.

## **2.6.3 Presupuesto De Egresos**

Según (Greco, 2008), define: *“Se vincula con las materias primas y materiales para la producción y productos terminados”*.

El presupuesto de egresos es el documento que recoge las estimaciones de salidas de recursos monetarios para un determinado periodo, que tendrá la empresa con el accionar de las operaciones.

## **2.6.4 Estados Financieros**

Según (Gomez G. 2010), *los estados financieros, son los documentos que deben preparar la empresa al finalizar el ejercicio contable con el propósito de ver la situación financiera y los resultados económicos logrados en las actividades de la empresa a lo largo de un período determinado.*

La información contenida en los estados financieros es de utilidad para la administración en la toma de decisiones y para los accionistas para medir la gestión empresarial.

### **2.6.4.1 Estado De Situación Financiera**

Según (Normas Internacionales de Contabilidad, 2005), manifiesta que: *“El estado de situación financiera es un documento que presenta la situación económica y financiera de la empresa. Presenta la*

*situación económica por que muestra el importe de sus recursos (activo) y de sus obligaciones (pasivo y patrimonio)”.*

De acuerdo a la definición el estado de situación financiera interviene en la presentación global de todos los movimientos financieros contables que se han desarrollo durante el periodo establecido.

#### **2.6.4.2 Estado De Resultados**

*Según, (ZAPATA, 2008, pág. 306), Expone: “Es un informe contable básico que presenta de manera clasificada y ordenada las cuentas de rentas, costos y gastos, con el fin de medir los resultados económicos durante un periodo determinado.”*

Partiendo de la definición del autor el estado de resultado es un informe económico que ayuda a conocer cuáles son los ingresos y egresos que se han dado en el ejercicio económico de la empresa, a través del informe que se obtenga se puede tomar en cuenta medidas que permitan un mejoramiento para que se incremente el nivel de ingresos que es lo más correcto.

#### **2.6.4.3 Flujo De Efectivo**

*Según (RIVERA, HERNANDEZ, 2010, pág.165). Manifiesta: “El flujo de caja o el flujo del efectivo es un documento que nos permite dejar en claro cómo se moverán los recursos financieros del proyecto, es decir los ingresos y los egresos, durante su ejecución. Puede determinarse por semana, mes u otro periodo convencional”*

Según conceptos del autor el flujo de efectivo es un informe financiero en donde se revela los movimientos de dinero efectivo en un determinado periodo.

## **2.7 Evaluadores Financieros**

### **2.7.1 Tasa Interna De Retorno**

*Según (CÓRDOVA, 2010, pág. 242) dice: “Refleja la tasa de interés o de rentabilidad que el proyecto arrojará periodo a periodo durante toda su vida útil. Es la tasa de descuento que hace que el VAN del proyecto sea igual a cero”.*

Es un indicador que evalúa la rentabilidad del proyecto, a mayor TIR mayor rentabilidad, por medio de este instrumento se devuelve la inversión durante su vida útil, para lo cual se va tomando en cuenta los flujos de caja proyectados o el momento en que el VAN=0.

### **2.7.2 Valor Actual Neto**

*Según (SAPAG, 2011, pág. 300) dice: “Mide es el excedente resultante después de obtener la rentabilidad deseada o exigida y después de recuperar toda la inversión.”*

El valor actual neto constituye la rentabilidad en términos del dinero con poder adquisitivo presente y permite avizorar si es o no pertinente la inversión en el horizonte de la misma.

### **2.7.3 Costo Beneficio**

*Según (NÚÑEZ Z, 2007, pág. 369). Menciona que: “El Costo Beneficio es la razón presente de los flujos netos a la inversión inicial”.*

En si permite determinar si los proyectos son o no rentables comparando los flujos actualizados de beneficios y costos que derivan de su implementación.

### **2.7.4 Periodo De Recuperación De La Inversión**

*Según (LEXUS, BARCELA, 2008, pág. 255), dice: “El periodo de recuperación es el tercer criterio más usado para evaluar el proyecto tiene como objetivo medir en cuanto tiempo se recupera la inversión influyendo el costo de capital involucrado”.*

De lo anteriormente expuesto se establece que el periodo de recuperación de la inversión es un indicador financiero que permite medir el plazo de tiempo que se requiere para que los flujos netos de efectivo de una inversión recuperen su costo o inversión inicial, así como también determina el riesgo del proyecto.

### **2.7.5 Punto De Equilibrio**

Según (URBINA, 2010, pág. 148) define: *“El análisis del Punto de equilibrio es una técnica útil para estudiar las relaciones entre los costos fijos, los costos variables y los ingresos. Si los costos de una empresa solo fueran variables, no existirían problemas para calcular el punto de equilibrio”*.

Con lo anteriormente expuesto se establece que, el punto de equilibrio es el nivel de producción en el que los ingresos por ventas son exactamente iguales a la suma de los costos fijos y los variables.

## **2.8 Estructura Administrativa**

### **2.8.1 Organización**

(Wikipedia, 2017) Afirma: *“Es un acuerdo deliberado de personas para llevar a cabo un propósito específico. Este propósito generalmente se expresa a través de objetivos, que la organización espera cumplir”*

De acuerdo al análisis realizado al concepto anterior una organización tiene un propósito definido, la misma está formado por personas teniendo una estructura moderada para que el trabajo pueda realizarse eficiente y eficazmente.

## **2.8.2 Misión**

(KOONTZ, 2008) manifiesta: *“Misión o también conocido como propósito es la respuesta a la pregunta Cuál es la razón de ser de nuestra negocio? Es decir los principales objetivos hacia donde se dirigen las actividades de la empresa.”*

Misión es el propósito general o razón de ser de la empresa u organización que enuncia a qué clientes sirve, qué necesidades satisface, qué tipos de productos ofrece y en general. Describe con claridad lo que realiza el día de hoy la empresa.

## **2.8.3 Visión**

Según (MIRANDA, 2008) indica: *“En el lenguaje de la planeación estratégica es el conjunto de ideas que identifican el estado deseado por una institución o empresa hacia el futuro.”*

La visión es una exposición clara que indica hacia dónde se dirige la empresa a largo plazo y en que se debe convertir, tomando en cuenta el impacto de las nuevas tecnologías, de las necesidades y expectativas cambiantes de los clientes, de la aparición de nuevas condiciones del mercado, etc. Sirve de estímulo para orientar las decisiones estratégicas de crecimiento junto a la competitividad.

## **2.9 Impactos**

### **2.9.1 Económico**

Según (CORDOVA PADILLA, 2011) expresa que: *“El impacto económico es la medición de la repercusión y los beneficios de inversiones en infraestructuras, organización de eventos, así como cualquier actividad susceptible de generar un impacto socio-económico, incluyendo cambios legislativos y regulatorios”.*

El impacto económico es aquella influencia que tiene un la puesta en marcha de un proyectos en un determinado lugar.

### **2.9.2 Social**

Según (CORDOVA PADILLA, 2011), manifiesta que: *“El impacto social se refiere al nivel de la satisfacción de las necesidades prioritarias de los grupos más vulnerables de una región, que un proyecto puede generar, promoviendo el incremento de la autogestión comunitaria con respecto a los diferencias culturales, de forma que permita alcanzar un mayor grado de participación en la toma de decisiones del proyecto efectuado”*.

El impacto social se refiere al cambio que tiene la sociedad en las costumbres y hábitos debido a la implementación del proyecto.

### **2.9.3 Ambiental**

Según (CORDOVA PADILLA, 2011), detalla: *“El impacto ambiental es el efecto que produce el proyecto sobre el medio ambiente o la alteración del medio ambiente, provocando efectos positivos o negativos”*.

El impacto ambiental es el efecto tiene el proyecto sobre el medio ambiente o la alteración del medio ambiente de la zona donde se llevara las actividades de la empresa, causando efectos positivos o negativos.

## **CAPITULO III**

### **3 ESTUDIO DE MERCADO**

#### **3.1 Finalidad Del Estudio De Mercado**

El estudio de mercado tiene como finalidad determinar la oferta existente en el mercado, de igual manera identificar la demanda que tendrá el servicio de gimnasio, y el precio más adecuado que pagarían por el mismo.

#### **3.2 Objetivos**

##### **3.2.1 Objetivos General**

Realizar el estudio de mercado que contribuya a determinar la demanda, oferta, precio, canales de distribución y estrategias de comercialización del servicio.

##### **3.2.2 Objetivos Específicos**

- Determinar el servicio de gimnasio propuesto en el proyecto.
- Establecer la demanda potencial del servicio en la Ciudad de Ibarra
- Identificar la oferta del servicio de gimnasio en el sector a desarrollarse el proyecto.
- Determinar el precio del servicio de acuerdo al mercado y zona de investigación del proyecto.
- Diseñar el plan de estrategias para fortalecer la comercialización del servicio propuesto en el proyecto.

#### **3.3 Variables**

- Servicio
- Demanda
- Oferta



- Precio
- Comercialización

### **3.4 Indicadores**

#### **3.4.1 SERVICIO**

- Características
- Actividades

#### **3.4.2 Demanda**

- Potenciales clientes
- Preferencias
- Razones para asistir al gimnasio
- Frecuencia de asistencia

#### **3.4.3 Oferta**

- Competencia

#### **3.4.4 Precio**

- Precio del Servicio
- Factores para determinar el precio

#### **3.4.5 Comercialización**

- Estrategias de comercialización
- Medios de propaganda

### 3.5 Matriz De Relación

*Tabla 10: Matriz De Relación*

OBJETIVO GENERAL	OBJETIVO ESPECÍFICO	VARIABLE	INDICADOR	FUENTE DE INFORMACIÓN	TÉCNICA	INFORMANTE
Realizar el estudio de mercado que ayude a determinar la demanda, oferta, precio y comercialización del servicio.	Determinar el servicio de gimnasio propuesto en el proyecto.	SERVICIO	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Características</li> <li>• Actividades</li> </ul>	Primaria	Encuesta	Habitantes y Propietarios de Gimnasios de Ibarra
	Establecer la demanda potencial del servicio en la Ciudad de Ibarra	DEMANDA	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Potenciales clientes</li> <li>• Preferencias</li> <li>• Razones para asistir al gimnasio</li> <li>• Frecuencia de asistencia</li> </ul>	Primaria	Encuesta	Habitantes y Propietarios de Gimnasios de Ibarra
	Identificar la oferta del servicio de gimnasio en el sector a desarrollarse el proyecto.	OFERTA	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Competencia</li> </ul>	Primaria, Secundaria	Encuesta	Habitantes y Propietarios de Gimnasios de Ibarra
	Determinar el precio del servicio de acuerdo al mercado y zona de investigación del proyecto.	PRECIO	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Precio del Servicio</li> <li>• Factores para determinar el precio</li> </ul>	Primaria	Encuesta	Habitantes y Propietarios de Gimnasios de Ibarra
	Diseñar el plan de estrategias para fortalecer la comercialización del servicio propuesto en el proyecto.	COMERCIALIZACIÓN	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Estrategias de comercialización</li> </ul>	Primaria, Secundaria	Encuesta	Habitantes y Propietarios de Gimnasios de Ibarra

**Elaborado por:** El autor

### **3.6 Identificación Del Servicio**

El servicio que se brindará es el servicio de gimnasio ofreciendo actividades de Fortalecimiento muscular (pesas) y cardio (spinning y caminadoras), actividades ideadas para satisfacer necesidades y deseos de los clientes.

#### **3.6.1 Características Del Servicio**

La propuesta de este proyecto se caracterizará por brindar servicios de calidad mismos que están enfocados a los clientes, debido a que la entrega del servicio será de manera personalizada, por ello es importante que el trabajo sea en conjunto (cliente-instructor) para evidenciar alcances de resultados o cumplimiento de objetivos en tiempos menores.

Además para alcanzar niveles de crecimiento y posicionamiento en la mente de los usuarios se buscara trabajar con las máquinas, equipos y accesorios de primera calidad adquirida en el Ecuador, con la finalidad de que los usuarios puedan realizar los ejercicios de forma confortable y adecuada.

### **3.7 Segmentación Del Mercado**

Para determinar el mercado meta del proyecto clasificamos a la población de Imbabura en área urbana y rural, proyectando los datos obtenidos del último censo de población y vivienda 2010, con la tasa de crecimiento poblacional de 1.8% para Imbabura. Esta será la población a investigar y a quien se aplicará las encuestas sobre el servicio de gimnasio que se ofrecerá en el sector de Los Ceibos.

**Tabla 11: *Proyección De La Población De Ibarra Por Áreas***

POBLACIÓN DEL CANTÓN IBARRA			
AÑO	URBANO	RURAL	TOTAL
2010	139721	41454	181175
2011	142236	42200	184436
2012	144796	42960	187756
2013	147403	43733	191136
2014	150056	44520	194576
2015	152757	45322	198078
2016	155506	46137	201644

**ELABORADO POR:** El Autor

El cuadro muestra que 155506 habitantes forman parte de la zona urbana de Ibarra siendo esta mayor que la zona Rural.

Específicamente nos enfocaremos en las parroquias de San Francisco, El Sagrario y Caranqui.

**Tabla 12: Cantón Ibarra: Población Por Parroquias Urbanas**

POBLACIÓN PARROQUIAS URBANAS							
AÑO	ALPACHACA	SAN FRANCISCO	EL SAGRARIO	PRIORATO	CARANQUI	SUBTOTAL	TOTAL
2010	15369	40519	43314	12575	27944	111777	139721
2011	15646	41248	44094	12801	28447	113789	142236
2012	15927	41991	44887	13032	28959	115837	144796
2013	16214	42747	45695	13266	29480	117922	147403
2014	16506	43516	46518	13505	30011	120045	150056
2015	16803	44299	47355	13748	30551	122206	152757
2016	17105	45097	48208	13996	31101	124405	155506
2017	17413	45909	49075	14248	31661	126645	158306

**ELABORADO POR:** El Autor

Como podemos observar la población que se toma en cuenta para la investigación es 124.405 habitantes de las parroquias de San Francisco, El Sagrario y Caranqui.

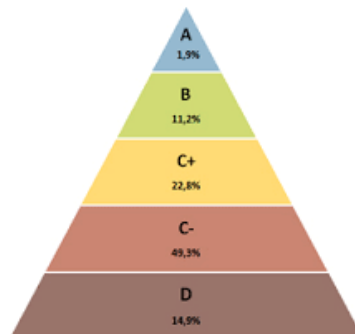
**Tabla 13: Cantón Ibarra: Población Por Edad Parroquias Urbanas**

Grupos de Edad	Hombres	Mujeres	Total	%
Menor de 1 año a 14 años	17715	19191	36906	30%
15 a 54 años	33408	36192	69600	56%
55 a 100 y más años	8592	9308	17899	14%
TOTAL	59715	64691	124405	100%

ELABORADO POR: El Autor

Según la encuesta de estratificación del nivel socioeconómico realizada por el INEC en el año 2011 a los habitantes del Ecuador, se determinó que estos se dividen en 5 estratos. El Nivel A o Nivel alto representa el 1,9% de los hogares, el nivel B o Nivel Medio Alto equivale al 11,2%, el C+ o Nivel Medio representa el 22,8%, el C- o Nivel bajo es el 49,3%, y el D o Nivel Bajo.

**Gráfico 1: Estratificación Del Nivel Socioeconómico**



Para determinar el segmento de mercado al cual va dirigido el servicio de gimnasio tomaremos en cuenta los niveles C+, B y A quienes son los potenciales clientes que podrían adquirir nuestro servicio.

**Tabla 14: Mercado Meta**

Mercado Meta	
Población	69600
Estrato socioeconómico	35,90%
Total	24987

**ELABORADO POR:** El Autor

Finalmente los posibles consumidores del servicio de gimnasio que se propone en el proyecto son 24.987 hombres y mujeres, entre los 15-54 años de edad.

### **3.8 Muestra**

El cálculo de la muestra se determinó a través de la siguiente formula:

$$n = \frac{N \cdot Z^2 \cdot \sigma}{(N - 1) \cdot e^2 + Z^2 \cdot \sigma}$$

**DONDE:**

n= Tamaño de la Muestra.

N=Tamaño de la Población

Z= Nivel de Confianza.

E=Margen de Error.

$\delta$ =Varianza.

$$n = \frac{24987 \cdot 1,96^2 \cdot 0,25}{(24987 - 1) \cdot 0,05^2 + 1,96^2 \cdot 0,25}$$

$$n = \frac{23997,07638}{63,42425876}$$

$$n = 378$$

Una vez aplicada la formula, como muestra se obtienen 378 personas a las que se debe aplicar la encuesta.

### 3.9 Evaluación De La Información

#### 3.9.1 Encuesta Aplicada A Los Habitantes De Las Parroquias San Francisco, El Sagrario Y Caranqui

1.- ¿Actualmente Ud. realiza algún tipo de actividad física?

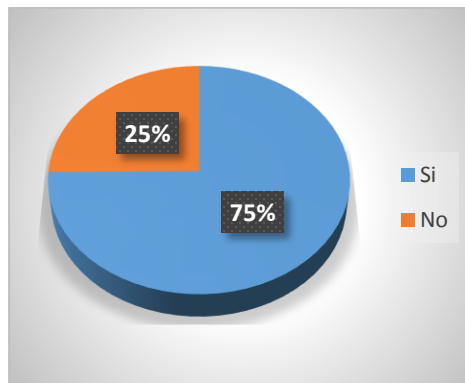
**Tabla 15: Actividad Física**

OPCIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	283	75%
No	95	25%
<b>TOTAL</b>	<b>378</b>	<b>100%</b>

FUENTE: Tabulación De Encuestas

ELABORADO POR: El Autor

**Gráfico 2: Actividad Física**



FUENTE: Tabulación De Encuestas

ELABORADO POR: El Autor

#### ANÁLISIS:

Como se puede observar de las 378 personas encuestadas, en su mayoría realizan algún tipo de actividad física ya sea dentro o fuera de un gimnasio, mientras que un mínimo porcentaje de personas no lo hacen.



## 2.- ¿Actualmente Ud. asiste a un gimnasio?

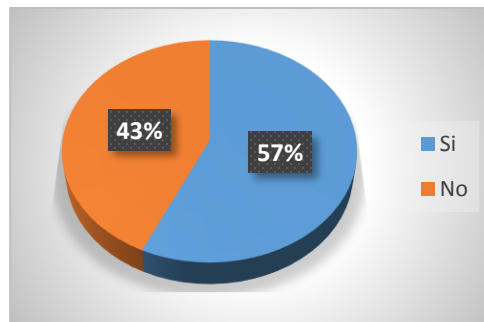
**Tabla 16: Asistencia A Gimnasio**

OPCIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	215	57%
No	163	43%
TOTAL	378	100%

**FUENTE:** Tabulación De Encuestas

**ELABORADO POR:** El Autor

**Gráfico 3: Asistencia A Gimnasio**



**FUENTE:** Tabulación De Encuestas

**ELABORADO POR:** El Autor

### **ANÁLISIS:**

De acuerdo a lo expuesto por las personas encuestadas, la mayoría se encuentra asistiendo al gimnasio, seguido por un porcentaje menor que por diferentes razones no asisten a estos centros de fortalecimiento muscular y cardiovascular.

**3.- ¿Cuál es la razón por las que usted no asistiría a un gimnasio? (Una sola opción)**

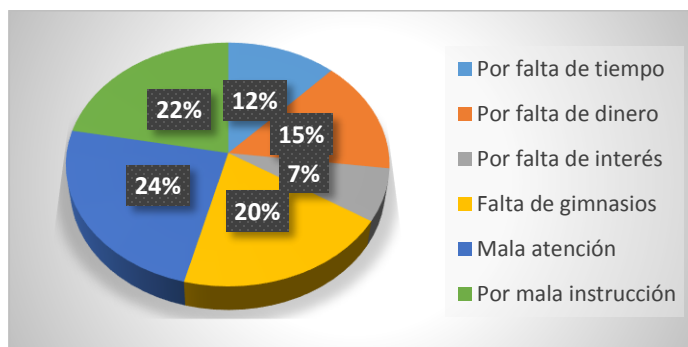
**Tabla 17: Razones Para No Asistir A Un Gimnasio**

OPCIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Por falta de tiempo	45	12%
Por falta de dinero	57	15%
Por falta de interés	26	7%
Falta de gimnasios	76	20%
Mala atención	91	24%
Por mala instrucción	83	22%
TOTAL	378	100%

FUENTE: Tabulación De Encuestas

ELABORADO POR: El Autor

**Gráfico 4: Razones Para No Asistir A Un Gimnasio**



FUENTE: Tabulación De Encuestas

ELABORADO POR: El Autor

**ANÁLISIS:**

Una de las razones por las que se dejaría de asistir a un gimnasio es por falta de tiempo, este es un causante para que las personas no acudan a estos sitios o realicen actividades físicas; por lo que de allí nace la necesidad de motivar a que las personas busquen tiempo para hacer ejercicio. También la mala atención, mala instrucción y falta de dinero son factores que impiden que un cliente asista. Es así que se debe tomar en cuenta cada una de estos aspectos para desarrollar o estructurar de manera adecuado un gimnasio.

4.- ¿De los servicios que brinda un gimnasio cual le gustaría utilizar?

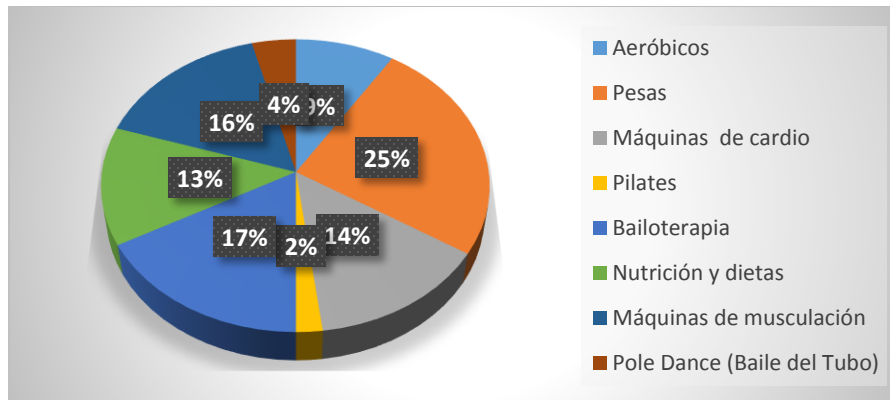
**Tabla 18: Servicios De Un Gimnasio**

OPCIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Aeróbicos	34	9%
Pesas	95	25%
Máquinas de cardio	53	14%
Pilates	8	2%
Bailoterapia	64	17%
Nutrición y dietas	49	13%
Máquinas de musculación	60	16%
Pole Dance (Baile del Tubo)	15	4%
TOTAL	378	100%

FUENTE: Tabulación De Encuestas

ELABORADO POR: El Autor

**Gráfico 5: SERVICIOS DE UN GIMNASIO**



FUENTE: Tabulación De Encuestas

ELABORADO POR: El Autor

**ANÁLISIS:**

Las 378 personas encuestadas se inclinan hacia ciertas disciplinas físicas, ya sea por curiosidad o porque han tenido alguna experiencia anterior en las mismas, siendo las más cotizadas: levantamiento de pesas, seguid de la bailoterapia, el uso de máquinas de musculación, estas son los servicios más populares y de los que más conocimiento tienen los posibles usuarios, pero también hay público que se inclina por las nuevas tendencias como son: pole dance y pilates.

**5.- Escoja el factor que considera más importante que debe tener un gimnasio.**

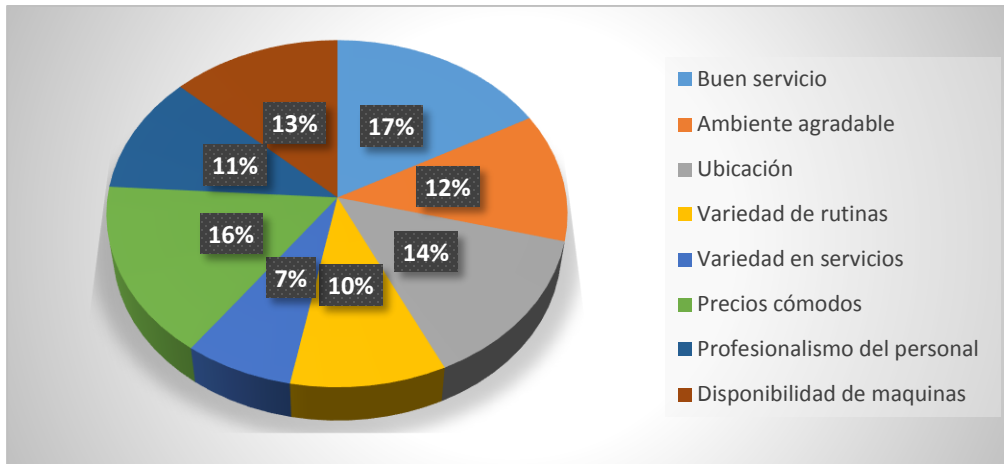
**Tabla 19: Factores De Un Gimnasio**

OPCIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Buen servicio	64	17%
Ambiente agradable	45	12%
Ubicación	53	14%
Variedad de rutinas	38	10%
Variedad en servicios	26	7%
Precios cómodos	60	16%
Profesionalismo del personal	42	11%
Disponibilidad de maquinas	49	13%
TOTAL	378	100%

FUENTE: Tabulación De Encuestas

ELABORADO POR: El Autor

**Gráfico 6: Factores De Un Gimnasio**



FUENTE: Tabulación De Encuestas

ELABORADO POR: El Autor

**ANÁLISIS:**

Como se puede apreciar las personas encuestadas han opinado sobre la importancia que cada uno de los factores mencionados. Es por ello que hoy en día se debe prestar la mayor atención a estos factores que permiten que el cliente este satisfecho con el servicio, además se logra no solamente que un cliente regrese sino que haya una gran posibilidad de que este recomiende a otros.

## 6.- ¿Con qué frecuencia acude al gimnasio?

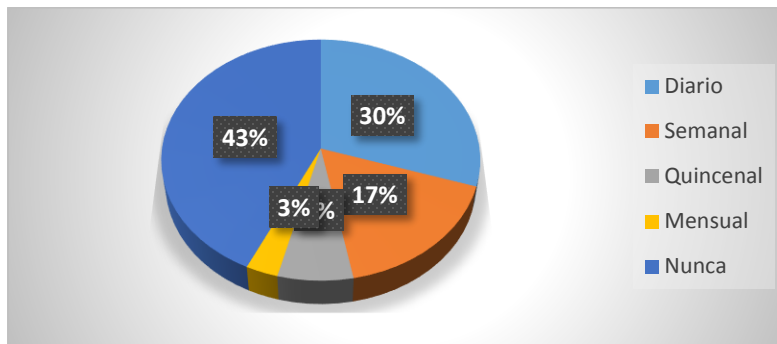
**Tabla 20: Frecuencia De Asistencia**

OPCIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Diario	113	30%
Semanal	64	17%
Quincenal	26	7%
Mensual	11	3%
Nunca	163	43%
TOTAL	378	100%

FUENTE: Tabulación De Encuestas

ELABORADO POR: El Autor

**Gráfico 7: Frecuencia De Asistencia**



FUENTE: Tabulación De Encuestas

ELABORADO POR: El Autor

### ANÁLISIS:

Se debe tomar en cuenta que del total de personas encuestadas un mayor porcentaje manifestó que no asiste a un gimnasio, es así que de las alternativas planteadas diariamente es la respuesta que mayor aceptación tuvo, de la misma manera los que dicen que acudirían semanalmente a un gimnasio, en conclusión las respuestas son acogedoras para el estudio, además es preciso indicar que el convertir la actividad física en un hábito genera resultados favorecedores para la salud y para el diario vivir.

## 7.- ¿En qué horario asiste al gimnasio?

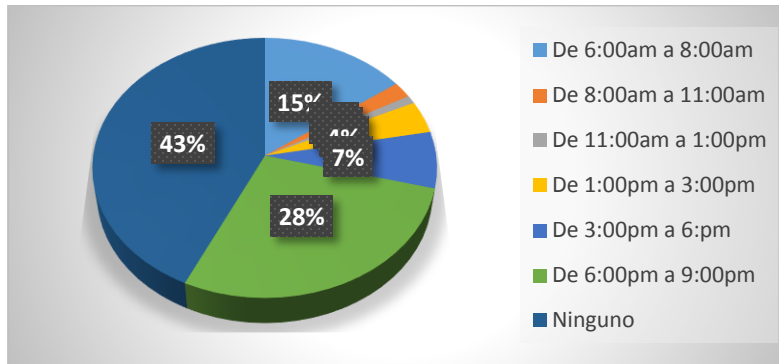
**Tabla 21: Horario De Asistencia**

OPCIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
De 6:00am a 8:00am	57	15%
De 8:00am a 11:00am	8	2%
De 11:00am a 1:00pm	4	1%
De 1:00pm a 3:00pm	15	4%
De 3:00pm a 6:pm	26	7%
De 6:00pm a 9:00pm	106	28%
Ninguno	163	43%
TOTAL	378	100%

FUENTE: Tabulación De Encuestas

ELABORADO POR: El Autor

**Gráfico 8: Horario De Asistencia**



FUENTE: Tabulación De Encuestas

ELABORADO POR: El Autor

### ANÁLISIS:

De la misma forma cabe aclarar que el mayor porcentaje presentado pertenece a las personas que no asisten al gimnasio, seguida de la respuesta que indica que la mayoría de las personas que asisten al gimnasio prefieren hacerlo en la noche, un porcentaje menor acude al gimnasio por la mañana. Principalmente la causa de elección de estos horarios se deben a los diferentes roles que cumple cada persona que va desde un estudiante hasta amas de casa, que generalmente es el tiempo el cual estas personas podrían acudir a las instalaciones de un gimnasio, dando importancia a aquellas actividades que ayudan a combatir la rutina y por ende a mejorar o fortalecer la salud.

## 8.- ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar en promedio diario por los servicios del gimnasio?

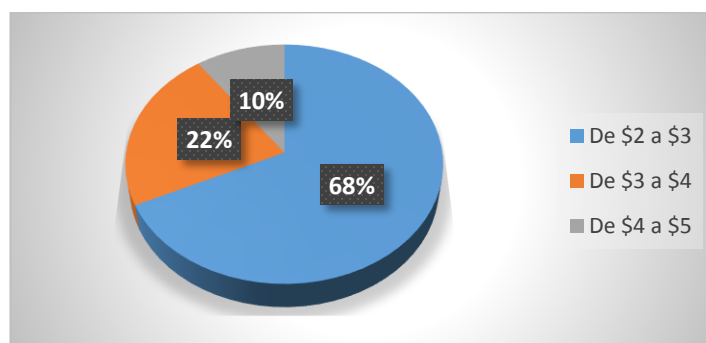
**Tabla 22: Precio Mensual**

OPCIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
De \$2 a \$3	257	68%
De \$3 a \$4	83	22%
De \$4 a \$5	38	10%
TOTAL	378	100%

**FUENTE:** Tabulación De Encuestas

**ELABORADO POR:** El Autor

**Gráfico 9: Precio Mensual**



**FUENTE:** Tabulación De Encuestas

**ELABORADO POR:** El Autor

### ANÁLISIS:

Como podemos observar el mayor porcentaje de encuestados únicamente pagarían un promedio diario de \$2 a \$3 para mantenerse bien físicamente. Más sin embargo el cuidado de nuestra salud y cuerpo depende del trato y atención que nosotros le damos, por lo que si no tomamos en cuenta cada una de estos parámetros podríamos gastar muchísimo más al tratar de contrarrestar las enfermedades.

**9.- ¿Si se implementara el nuevo gimnasio, estaría Ud. dispuesto a asistir?**

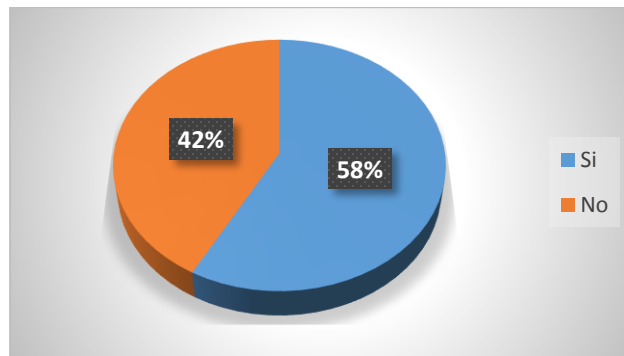
**Tabla 23: Aceptación Del Servicio**

OPCIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	219	58%
No	159	42%
TOTAL	378	100%

**FUENTE:** Tabulación De Encuestas

**ELABORADO POR:** El Autor

**Gráfico 10: Aceptación Del Servicio**



**FUENTE:** Tabulación De Encuestas

**ELABORADO POR:** El Autor

**ANÁLISIS:**

De acuerdo a los resultados obtenidos, podemos decir que un porcentaje mayor de las personas encuestadas estarían dispuestos a asistir a nuestro gimnasio, el mismo buscara brindar un servicio que satisfaga las necesidades de los usuarios y que se diferencie de la competencia con disciplinas físicas nuevas y equipos modernos.



**10.- ¿En qué medio publicitario le gustaría que se promocioe los servicios de un gimnasio?**

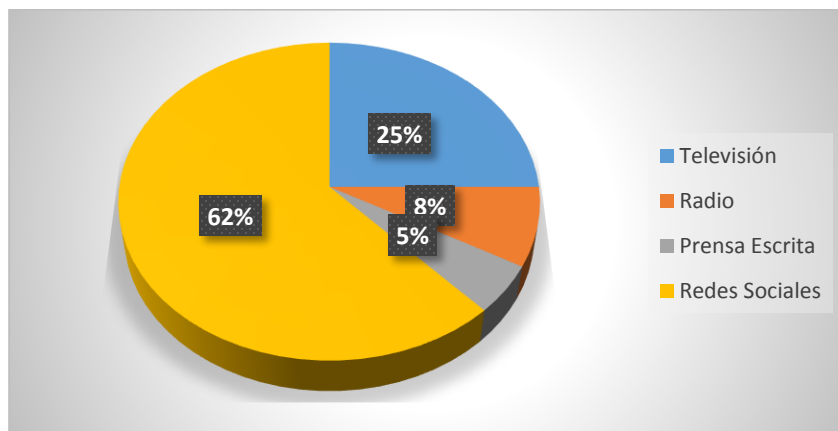
**Tabla 24: Medios Publicitarios**

OPCIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Televisión	95	25%
Radio	30	8%
Prensa Escrita	19	5%
Redes Sociales	234	62%
TOTAL	378	100%

**FUENTE:** Tabulación De Encuestas

**ELABORADO POR:** El Autor

**Gráfico 11: Medios Publicitarios**



**FUENTE:** Tabulación De Encuestas

**ELABORADO POR:** El Autor

**ANÁLISIS:**

El medio de comunicación que prefieren la mayoría de encuestados son las redes sociales ya que en la actualidad casi todos tienen acceso a internet, pero no hay que dejar de lado los demás medios de comunicación expuestos con el fin de llegar a todo tipo de mercado.

### 3.9.2 ENCUESTAS APLICADAS A PROPIETARIOS DE GIMNASIOS.

#### 1.- ¿Qué servicios oferta su gimnasio?

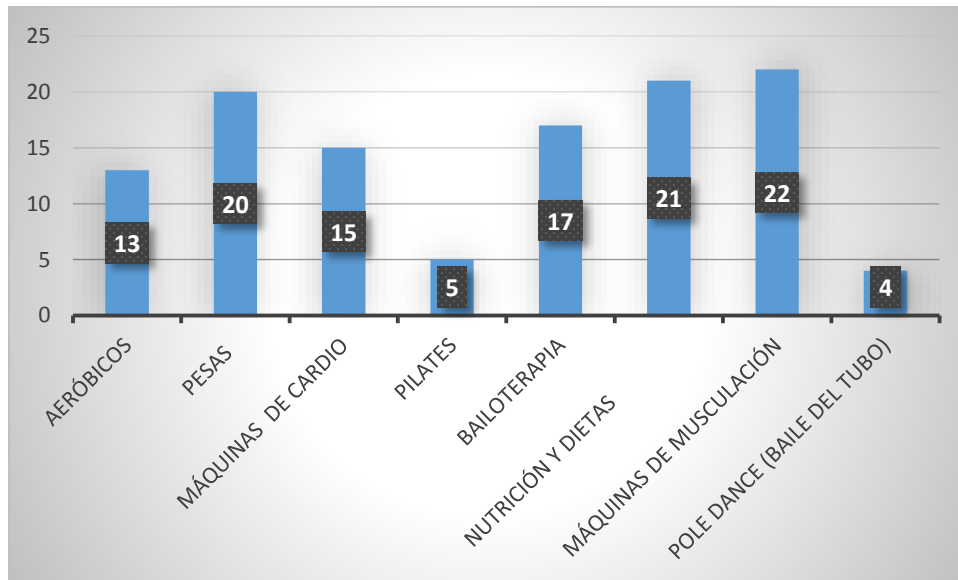
**Tabla 25: Servicios Ofertados**

Servicios Ofertados	Frecuencia
Aeróbicos	13
Pesas	20
Máquinas de cardio	15
Pilates	5
Bailoterapia	17
Nutrición y dietas	21
Máquinas de musculación	22
Pole Dance (Baile del Tubo)	4

**FUENTE:** Tabulación De Encuestas

**ELABORADO POR:** El Autor

**Gráfico 12: Servicios Ofertados**



**FUENTE:** Tabulación De Encuestas

**ELABORADO POR:** El Autor

#### ANÁLISIS:

Los servicios que más ofertan los gimnasios de la ciudad de Ibarra son: máquinas de musculación, Nutrición y dietas, pesas, bailoterapia y máquinas de cardio, debido a que los clientes ya conocen estas disciplinas y les resulta más fácil realizarlas.

## 2.- La jornada laboral es:

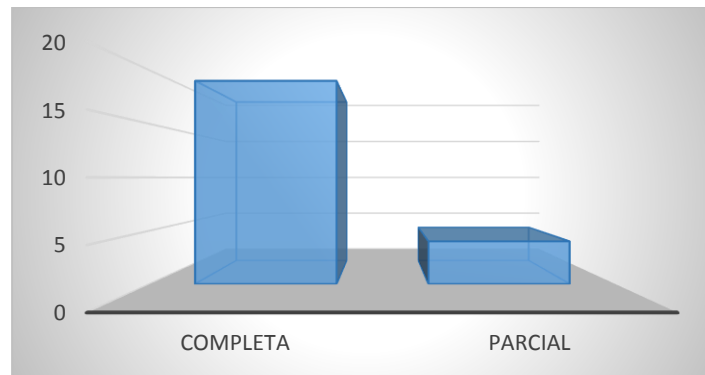
**Tabla 26: Jornada Laboral**

Jornada laboral	Frecuencia	%
Completa	19	82.61
Parcial	4	17.39
TOTAL	23	100%

FUENTE: Tabulación De Encuestas

ELABORADO POR: El Autor

**Gráfico 13: Jornada Laboral**



FUENTE: Tabulación De Encuestas

ELABORADO POR: El Autor

### ANÁLISIS:

De acuerdo a los resultados de las encuestas realizadas a los propietarios de los negocios se determinó que la mayoría de gimnasios brindan sus servicios al público en jornada a tiempo de 8 horas; mientras que el porcentaje menor atienden a tiempo parcial, debido a que tienen otro trabajo y en horas libres se dedican a prestar sus servicios.

### 3.- ¿En qué horario Ud. considera que asisten más clientes?

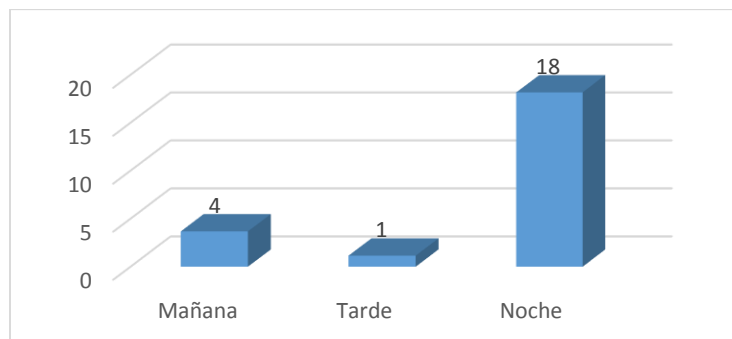
**Tabla 27: Horario De Mayor Asistencia**

Horario	Frecuencia	%
Mañana	4	16%
Tarde	1	5%
Noche	18	79%
TOTAL	23	100%

FUENTE: Tabulación De Encuestas

ELABORADO POR: El Autor

**Gráfico 14: Horario De Mayor Asistencia**



FUENTE: Tabulación De Encuestas

ELABORADO POR: El Autor

#### ANÁLISIS:

Como se puede apreciar la mayoría de propietarios encuestados afirman que en la noche es el horario donde asisten más personas, y un porcentaje menor manifiesta que los clientes asisten más en la mañana y en la tarde.

#### 4.- ¿Cuántas personas promedio acuden diariamente al gimnasio?

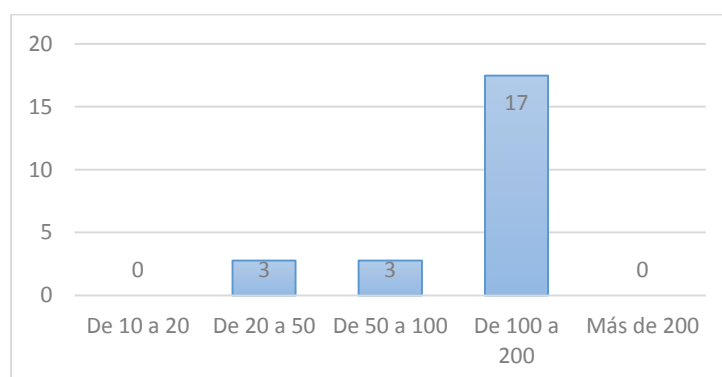
**Tabla 28: Promedio Diario de Asistencia**

CANTIDAD DE PERSONAS	Frecuencia	%
De 10 a 20	0	0%
De 20 a 50	3	12%
De 50 a 100	3	12%
De 100 a 200	17	76%
Más de 200	0	0%
TOTAL	23	100%

FUENTE: Tabulación De Encuestas

ELABORADO POR: El Autor

**Gráfico 15: Promedio Diario De Asistencia**



FUENTE: Tabulación De Encuestas

ELABORADO POR: El Autor

#### ANÁLISIS:

Los propietarios en su mayoría manifiestan que en promedio asisten entre 100 a 200 personas diarias, cabe aclarar que estos gimnasios ya llevan algunos años funcionando lo que les ha permitido ganarse la confianza de los clientes, mientras que una mínima cantidad de encuestados afirman que diariamente acuden entre 20 a 100 personas.

## 5.- ¿Con cuántos empleados en total cuenta su empresa?

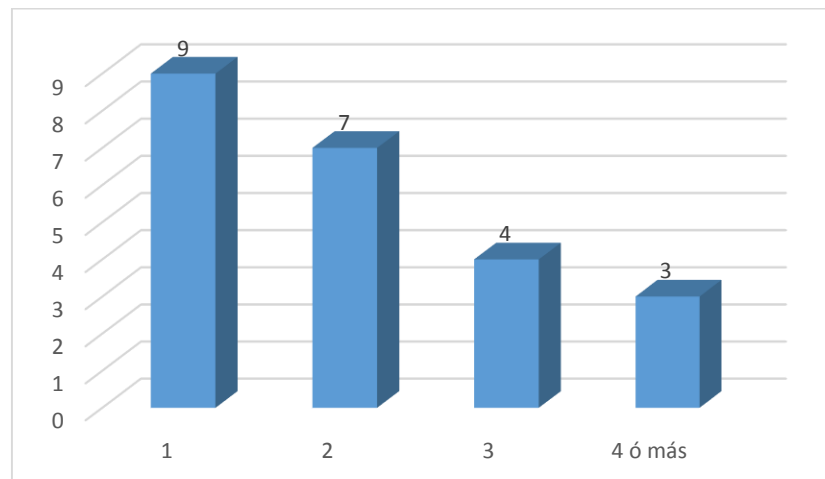
**Tabla 29: Número De Empleados**

Nro. De Empleados	Frecuencia	%
1	9	39,13
2	7	30,43
3	4	17,39
4 o más	3	13,04
<b>TOTAL ENCUESTADOS</b>	<b>23</b>	<b>100%</b>

**FUENTE:** Tabulación De Encuestas

**ELABORADO POR:** El Autor

**Gráfico 16: Número De Empleados**



**FUENTE:** Tabulación De Encuestas

**ELABORADO POR:** El Autor

### ANÁLISIS:

Del total de propietarios encuestados, la mayoría realiza sus actividades diarias con una un persona, seguida de un porcentaje que cuentan con dos trabajadores, y un mínimo de gimnasios cuentan con tres o más empleados.

**6.- El personal que labora en su empresa se encuentra afiliado al Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social (IESS)?**

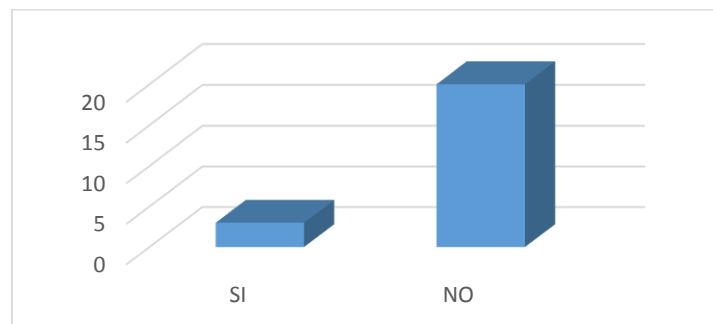
**Tabla 30: Afiliación De Empleados**

Afiliación de trabajadores al IESS	Frecuencia	%
SI	3	13%
NO	20	87%
TOTAL ENCUESTADOS	23	100%

FUENTE: Tabulación De Encuestas

ELABORADO POR: El Autor

**Gráfico 17: Afiliación De Empleados**



FUENTE: Tabulación De Encuestas

ELABORADO POR: El Autor

**ANÁLISIS:**

Como se puede observar apenas un pequeño porcentaje del personal que labora en los gimnasios de la ciudad de Ibarra se encuentran afiliados al IESS, y en su mayoría no se encuentran afiliados al IESS, debido a que la mayoría son atendidos por los mismos propietarios y no requieren de personal extra.

## 7.- ¿Cómo determina el precio de los servicios ofertados?

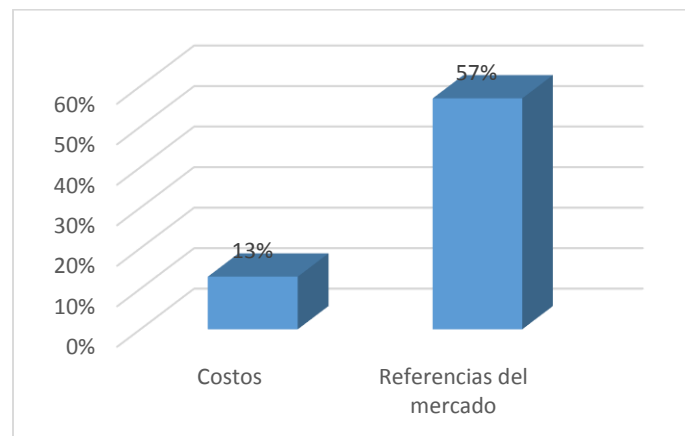
**Tabla 31: Determinación De Precios**

Detalle	Frecuencia	%
Costos	3	13%
Referencias del mercado	13	57%
<b>TOTAL ENCUESTADOS</b>	<b>23</b>	<b>100%</b>

**FUENTE:** Tabulación De Encuestas

**ELABORADO POR:** El Autor

**Gráfico 18: Determinación De Precios**



**FUENTE:** Tabulación De Encuestas

**ELABORADO POR:** El Autor

### ANÁLISIS:

De acuerdo al análisis de los resultados obtenidos se entiende que la mayoría de propietarios determinan los precios del servicio de gimnasio basándose en los precios del mercado, mientras que un mínimo porcentaje fija los precios en base a los costos del servicio.



## 8.- ¿Con qué capital realizó la instalación del negocio?

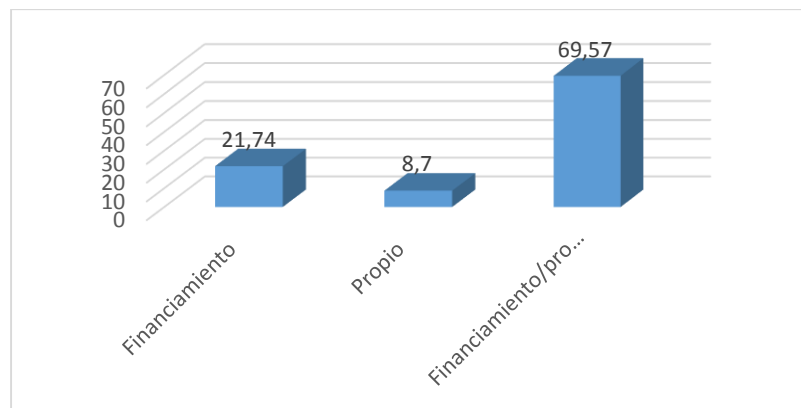
**Tabla 32: Tipo De Inversión**

Inversión	Frecuencia	%
Financiamiento	5	21.74
Propio	2	8.70
Financiamiento/propio	16	69.57
TOTAL	23	100%

FUENTE: Tabulación De Encuestas

ELABORADO POR: El Autor

**Gráfico 19: Tipo De Inversión**



FUENTE: Tabulación De Encuestas

ELABORADO POR: El Autor

### ANÁLISIS:

La mayoría de encuestados están de acuerdo que la mejor opción para poner en marcha su negocio es una inversión mixta, es decir con ayuda de una institución financiera y aportando capital propio, mientras otros propietarios optaron por el endeudamiento y otros a la inversión únicamente con capital propio.

## 9.- Los equipos e insumos del gimnasio dónde fueron adquiridos.

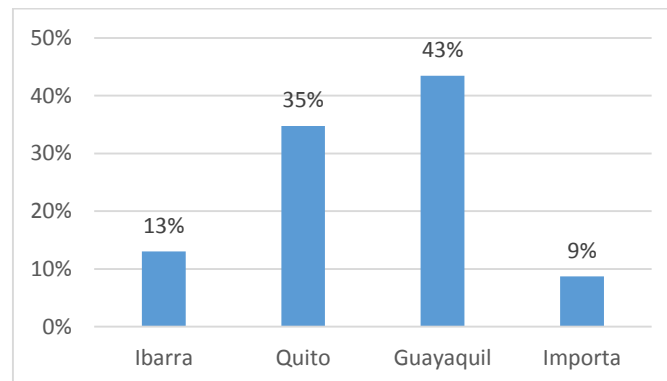
**Tabla 33: Compra De Maquinas**

Adquisición de equipos	Frecuencia	%
Ibarra	3	13%
Quito	8	35%
Guayaquil	10	43%
Importado	2	9%
TOTAL	23	100%

FUENTE: Tabulación De Encuestas

ELABORADO POR: El Autor

**Gráfico 20: Compra De Maquinas**



FUENTE: Tabulación De Encuestas

ELABORADO POR: El Autor

### ANÁLISIS:

Como se puede observar en la gráfica anterior podemos decir que la mayoría de los gimnasios han sido implementados con máquinas y equipos nacionales en gran parte de Guayaquil y otros de Quito, mientras el porcentaje restante importa maquinas del extranjero.

**10.- El local donde funciona su empresa es:**

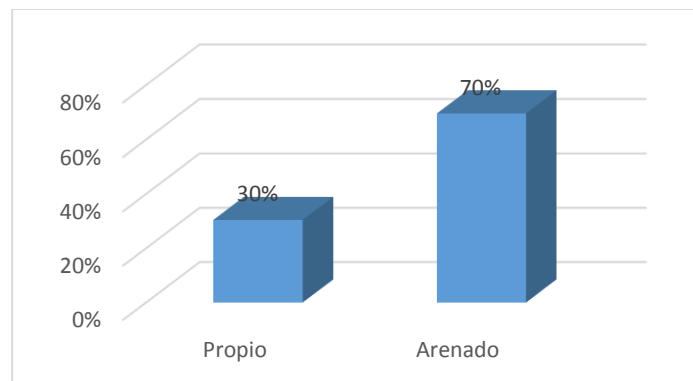
**Tabla 34: Pertenencia Del Local**

Local	Frecuencia	%
Propio	7	30%
Arenado	16	70%
TOTAL	23	100%

**FUENTE:** Tabulación De Encuestas

**ELABORADO POR:** El Autor

**Gráfico 21: Pertenencia Del Local**



**FUENTE:** Tabulación De Encuestas

**ELABORADO POR:** El Autor

**ANÁLISIS:**

De acuerdo a las respuestas de los propietarios encuestados, se determinó que la mayoría de los gimnasios que funcionan en la ciudad de Ibarra, realizan sus actividades diarias en un local arrendado, es así que un mínimo porcentaje cuentan con local propio.

## 11.- ¿Qué mecanismos de publicidad utiliza?

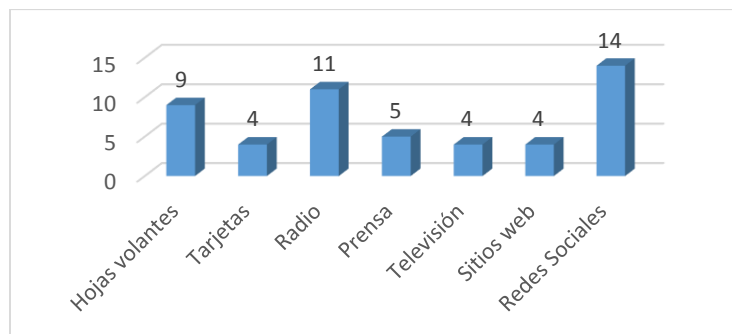
**Tabla 35: Medio Publicitario**

Tipo de propaganda	Frecuencia	%
Hojas volantes	9	39%
Tarjetas	4	17%
Radio	11	48%
Prensa	5	22%
Televisión	4	17%
Sitios web	4	17%
Redes Sociales	14	61%

FUENTE: Tabulación De Encuestas

ELABORADO POR: El Autor

**Gráfico 22: Medio Publicitario**



FUENTE: Tabulación De Encuestas

ELABORADO POR: El Autor

### ANÁLISIS:

Se puede decir que debido a que en la actualidad las personas tienen mayor acceso a internet los propietarios realizan su propaganda a través de redes sociales, pero otro porcentaje no ha dejado de lado los medios de comunicación tradicionales como son la Radio, la TV, hojas volantes y la prensa, entre otros.

### 3.10 ANÁLISIS DE LA DEMANDA

En base a la investigación realizada y al análisis de la encuesta, se pudo determinar que la población de las parroquias de San Francisco, El Sagrario y Caranqui es de 24.987 habitantes, este dato se lo aplicara para multiplicar por el 58% de las personas que si asistirían al gimnasio en caso de implementarlo.

**Tabla 36: Potenciales Clientes**

POTENCIALES CLIENTES	
Población	24987
Aceptación del servicio	58%
Subtotal	14492

FUENTE: Tabulación De Encuestas

ELABORADO POR: El Autor

Después de multiplicar por el porcentaje de aceptación, procedemos a estimar la frecuencia con la que adquirirían este tipo de servicio, para determinar el número de visitas que se demandarán anualmente. Se utilizarán los datos de la encuesta realizada a los habitantes de la ciudad de Ibarra.

**Tabla 37: Frecuencia de Asistencia**

ALTERNATIVA	PORCENTAJE	FRECUENCIA	DEMANDA	DEMANDA TOTAL EN NÚMERO DE VISITAS
Diario	30%	240	14492	1043438
Semanal	17%	52	14492	128111
Quincenal	7%	24	14492	24347
Mensual	3%	12	14492	5217
<b>TOTAL</b>				<b>1201113</b>

FUENTE: Tabulación De Encuestas

ELABORADO POR: El Autor

#### 3.10.1 PROYECCION DE LA DEMANDA

La demanda se proyectará a partir de las 1201113 visitas para el año 2016, para ello se tomará en cuenta la tasa de crecimiento poblacional de la ciudad de Ibarra que es de 1,8% según datos del INEC, porque el consumo depende del crecimiento poblacional.

**Tabla 38: Proyección De Demanda**

<b>PROYECCIÓN DE DEMANDA</b>	
Año Actual	1201113
Año 1	1222733
Año 2	1244742
Año 3	1267148
Año 4	1289956
Año 5	1313176

**FUENTE:** Tabulación De Encuestas

**ELABORADO POR:** El Autor

### 3.11 ANÁLISIS DE LA OFERTA

En la actualidad y de acuerdo con la información del Ilustre Municipio de Ibarra, existen registrados 23 gimnasios. Según la investigación realizada a los gimnasios, estos ofrecen los servicios de aeróbicos, máquinas de acondicionamiento físico y pesas.

A continuación se presenta el catastro municipal de los gimnasios de la ciudad de Ibarra:

**Tabla 39: Catastro De Gimnasios**

#	NOMBRE DE GIMNASIO	CALLE PRINCIPAL	CALLE SECUNDARIA
1	ZEUS GYM	VENEZUELA 03-054	BOLIVIA
2	GIMNASIO FITNESS	TOBIAS MENA 02-081	ANTONIO JOSE DE SUCRE
3	GIMNASIO ENFORMA	ANTONIO JOSE DE SUCRE 12-053	
4	BODY GYM	AV. ATAHUALPA 34-078	NAZACOTA PUENTO
5	THABATA GYM	SECUNDINO PEÑAFIEL 03-095	TOBIAS MENA
6	GIMNASIO	PANAMA 01-123	AV. RAFAEL MIRANDA N.
7	IRONNMAN GYM	JUAN DE DIOS NAVAS 02-070	AV. DR. JAIME RIVADENEIRA
8	WORLD GYM	ANTONIO JOSE DE SUCRE 13-079	AV. TEODORO GOMEZ DE LA TORRE
9	GIMNASIO INFANTIL POPEYE	RIO INTAG CASA 3	RIO BLANCO
10	HARD FORM	JUAN DE VELASCO 07-037	SIMON BOLIVAR
11	GIMNASIO ALLIV GYM 2	AV. CAP. CRISTOBAL DE TROYA 06-034	JULIO ZALDUMBIDE
12	IMBABURA	AV. RICARDO SANCHEZ 08-025	JUANA ATABALIPA
13	OLIMPO GYM	JUAN JOSE FLORES 13-050	AV. MARIANO ACOSTA
14	BODY GYM	JOSE MIGUEL LEORO 09-031	AV. RAFAEL SANCHEZ
15	TITANES GYM	JUAN DE LA ROCA 05-054	CARLOS EMILIO GRIJALVA
16	ENERGY MAX	27 DE NOVIEMBRE 04-032	
17	FITNESSCLUB	RIO BLANCO 04-105	AV. EL RETORNO

18	FLEX GYM	AV. TEODORO GOMEZ DE LA TORRE 06-038	ANTONIO JOSE DE SUCRE
19	GIMNASIO	SIMON BOLIVAR 08-045 CC CASA BLANCA	PEDRO MONCAYO
20	CROSSFIT IBARRA	MONS. JORGE EDUARDO VILLACIS GUIASSI 01-040	AV. CAP. CRISTOBAL DE TROYA
21	HORUS GYM	EZEQUIEL RIVADENEIRA 08-053 S ANT	10 DE AGOSTO
22	FITNESS-PRO	CRISTOBAL GOMEZJURADO 06-060	DARIO EGAS GRIJALVA
23	GIMNASIO	HERMOGENES DAVILA S/N	EL ESPINO

**FUENTE:** Municipio de Ibarra

**ELABORADO POR:** El Autor

Para determinar la oferta de los servicios de gimnasio se seleccionó a los establecimientos que se encuentran en las parroquias San Francisco, El Sagrario y Caranqui. Además se utilizó la información obtenida a través de las encuestas sobre cantidad de personas que asisten diariamente al gimnasio.

**Tabla 40: Determinación De La Oferta**

<b>DETERMINACION DE LA OFERTA</b>			
<b>NOMBRE DE GIMNASIO</b>	<b>ASISTENCIA DIARIO</b>	<b>MENSUAL</b>	<b>ANUAL</b>
GIMNASIO FITNESS	158	3792	45504
GIMNASIO ENFORMA	170	4080	48960
WORLD GYM	165	3960	47520
FITNESSCLUB	180	4320	51840
BODY GYM	165	3960	47520
HARD FORM	155	3720	44640
GIMNASIO ALLIV GYM 2	188	4512	54144
IMBABURA	160	3840	46080
OLIMPO GYM	190	4560	54720
FLEX GYM	150	3600	43200
GIMNASIO	148	3552	42624
IRONNMAN GYM	120	2880	34560
TITANES GYM	135	3240	38880
FITNESS-PRO	150	3600	43200
BODY GYM	145	3480	41760
<b>TOTAL</b>	<b>673</b>	<b>57096</b>	<b>685152</b>

**FUENTE:** Tabulación de Encuestas

**ELABORADO POR:** El Autor

De acuerdo al análisis de la información obtenida, 685152 corresponde al número de visitas que realiza cada persona anualmente a los gimnasios que influyen directamente con el proyecto.

### 3.11.1 PROYECCIÓN DE LA OFERTA

Para proyectar la oferta de los servicios de gimnasio que se comercializan en la ciudad de Ibarra se determinó la tasa de crecimiento tomando en cuenta los datos históricos del periodo 2012 -2015.

**Tabla 41: Tasa de Crecimiento**

DATOS HISTORICOS		
Años	Asistencia Promedio al año	Tasa de crecimiento anual
2012	332640	
2013	419040	0,25974026
2014	505440	0,20618557
2015	584640	0,15669516
	Total	0,157
	$\sum i/n$	3,92%

**FUENTE:** Tabulación de Encuestas

**ELABORADO POR:** El Autor

La tasa de crecimiento de la oferta de servicios de gimnasio del periodo 2012 - 2015 es del 3,92%. Con esta tasa se realizó la proyección de la oferta.

**Tabla 42: Proyección De La Oferta**

PROYECCIÓN DE LA OFERTA	
AÑO	CANTIDAD
Año 0	685152
Año 1	711992
Año 2	739883
Año 3	768867
Año 4	798987
Año 5	830286

**FUENTE:** Tabulación de Encuestas

**ELABORADO POR:** El Autor



### 3.12 DEMANDA INSATISFECHA

**Tabla 43: Demanda Potencial Insatisfecha**

DEMANDA POTENCIAL INSATISFECHA			
AÑO	DEMANDA	OFERTA	DEMANDA INSATISFECHA
Año 0	1201113	685152	515961
Año 1	1222733	711992	510741
Año 2	1244742	739883	504859
Año 3	1267148	768867	498280
Año 4	1289956	798987	490969
Año 5	1313176	830286	482889

**FUENTE:** Tabulación de Encuestas

**ELABORADO POR:** El Autor

La demanda insatisfecha, que se estableció para el año 2016 según el estudio de mercado es aproximadamente 515961 visitas de personas al año.

### 3.13 DETERMINACIÓN DE PRECIO

Para establecer el precio del servicio de gimnasio hay que tomar en cuenta los costos que influyen en la prestación del mismo, además se analizó los resultados obtenidos en la encuesta que permiten determinar que el 68% de los encuestados estarían dispuestos a adquirir el servicio a un valor promedio entre los \$2 y \$3. Tomando en cuenta estos datos es que se determinó un precio de \$2,35 diario, el mismo que es accesible para cliente.

La proyección del precio se lo realizará tomando la tasa de inflación del precio que según el Banco Central Del Ecuador es de 1,12% para Octubre del 2016.

**Tabla 44: Proyección del Precio**

PROYECCIÓN DEL PRECIO	
AÑO	PRECIO
AÑO ACTUAL	\$ 2,35
AÑO 1	\$ 2,38
AÑO 2	\$ 2,41
AÑO 3	\$ 2,43
AÑO 4	\$ 2,46
AÑO 5	\$ 2,49

**FUENTE:** Tabulación de Encuestas

**ELABORADO POR:** El Autor

### **3.14 COMERCIALIZACIÓN**

Al ser un estudio de factibilidad para la creación de una empresa de servicios hace que aplicar la estrategia de las 4 P no sea suficiente para llegar a la mente del consumidor debido a que estos son productos intangibles.

Lo más conveniente para este proyecto es implementar a la 4PS nuevos elementos como son el aspecto humano, los procesos y la evidencia física dando como resultado las 7PS estrategia que se crea a través de la interacción de un conjunto de herramientas que se conoce como el Mix del Marketing, con el fin de brindar servicios que satisfagan las necesidades y deseos de los clientes.

#### **3.14.1 SERVICIO**

De acuerdo al estudio realizado se determinó que entre los servicios más acogidos están pesas, bailoterapia, máquinas de musculación, y máquinas de cardio, por lo tanto el gimnasio ofrecerá el servicio de fortalecimiento muscular con pesas y máquinas modernas, además de proporcionar rutinas de ejercicio, bailoterapia y brindar el servicio personalizado de tal forma que el cliente pueda obtener los resultados esperados.

Como parte del servicio se brindara un guía de alimentación sana y nutricional que ayude al cliente a mejorar su salud y estado corporal.

### **3.14.2 PRECIO**

Establecer precios razonables mediante la estructuración de costos y establecer un margen de utilidad para tener un precio de venta final. Además ofrecer un precio competitivo que permita tener beneficios y que sea accesible al consumidor. Es importante realizar una revisión continua de los precios para reajustarse a los cambios del mercado

### **3.14.3 PLAZA**

El proyecto se pretende desarrollarlo en el sector de Los Ceibos lugar que en los últimos años ha experimentado un sorprendente crecimiento económico además es una zona de fácil acceso y con mucha afluencia de personas. El gimnasio atenderá de lunes a viernes con diferente hora de finalización de la jornada.

### **3.14.4 PROMOCIÓN**

Esta es una herramienta que se enfoca a la captura y a mantener a los clientes; es decir trata de buscar demanda al servicio con el fin de motivar el incremento de las ventas.

La promoción es un tema muy importante en las empresas nuevas, ya que de este modo dan a conocer al público el producto; por lo general utilizando medios de comunicación, obsequiando incentivos, descuentos en los productos, etc.

Para ello se ha planteado lo siguiente:

- Descuentos para estudiantes que accedan al servicio.
- En fechas especiales se otorgará un recuerdo a los usuarios del servicio.
- En horas de poca afluencia de clientes se otorgará descuentos en el valor del servicio.

- Se premiará a los clientes que motiven a más personas a asistir al gimnasio con un descuento del 100% del precio de la entrada, es decir la entrada de esta persona será gratis, por una semana.

### **3.14.5 PERSONAL**

El personal del gimnasio será profesional afines a temas relacionados con la salud, cultura física, cuerpo humano; considerando que el servicio de gimnasio es intangible, por tanto para prestar una atención personalizada se necesita de instructores profesionales los cuales estarán a disposición de los clientes que utilizan el servicio, también se necesita una recepcionista para dar información de los servicios, precios, horarios, paquetes.

Ya que este es un negocio que presta un servicio de gran contacto con las personas; el éxito del mismo estará delimitado por la relación que establezca el personal con los usuarios.

### **3.14.6 PROCESO**

El servicio de fortalecimiento muscular, cardio, aeróbicos y bailoterapia tendrá un proceso ordenado y con diferentes niveles de intensidad que se aplicaran de acuerdo al cliente.

Dentro del servicio de musculación existen rutinas para los 6 días de la semana, tomando en cuenta el objetivo que desee alcanzar el cliente, se tiene cronogramas diarios para la realización de actividades de fortalecimiento muscular combinando con cardio.

### **3.14.7 EVIDENCIA FÍSICA (PHISICAL EVIDENCE)**

El gimnasio ofrecerá un servicio de calidad con el cual se podrá evidenciar los resultados alcanzados por el cliente en un menor tiempo, por ello la evidencia física será el adelgazar o

fortalecer los músculos del cuerpo, es por ello que es indispensable el poseer personal capacitado y la voluntad del cliente por cumplir las metas.

### **3.15 CONCLUSIÓN DEL ESTUDIO DE MERCADO**

Un porcentaje mayor de los encuestados estarían dispuestos a asistir al gimnasio que se desea implementar en sector Los Ceibos, debido a que no hay muchos establecimientos que ofertan este servicio.

Los servicios que de acuerdo a las encuestas son los más demandados son pesas, máquinas de musculación, máquinas de cardio, bailoterapia y aeróbicos.

De acuerdo a la preferencia de pagar por acceder a los servicios de gimnasio, se determina que de manera mensual pagarían de 2\$ a 3\$, por los servicios de un gimnasio en el sector Los Ceibos.

De acuerdo a la frecuencia de consumo del servicio las personas asistirían diariamente y en un horario de 6pm en adelante.

Un factor determinante que los encuestados consideran que debe poseer un gimnasio es el profesionalismo del personal, debido a que se trabaja directamente con personas.

## CAPÍTULO IV

### 4 ESTUDIO TÉCNICO

#### 4.1 OBJETIVO

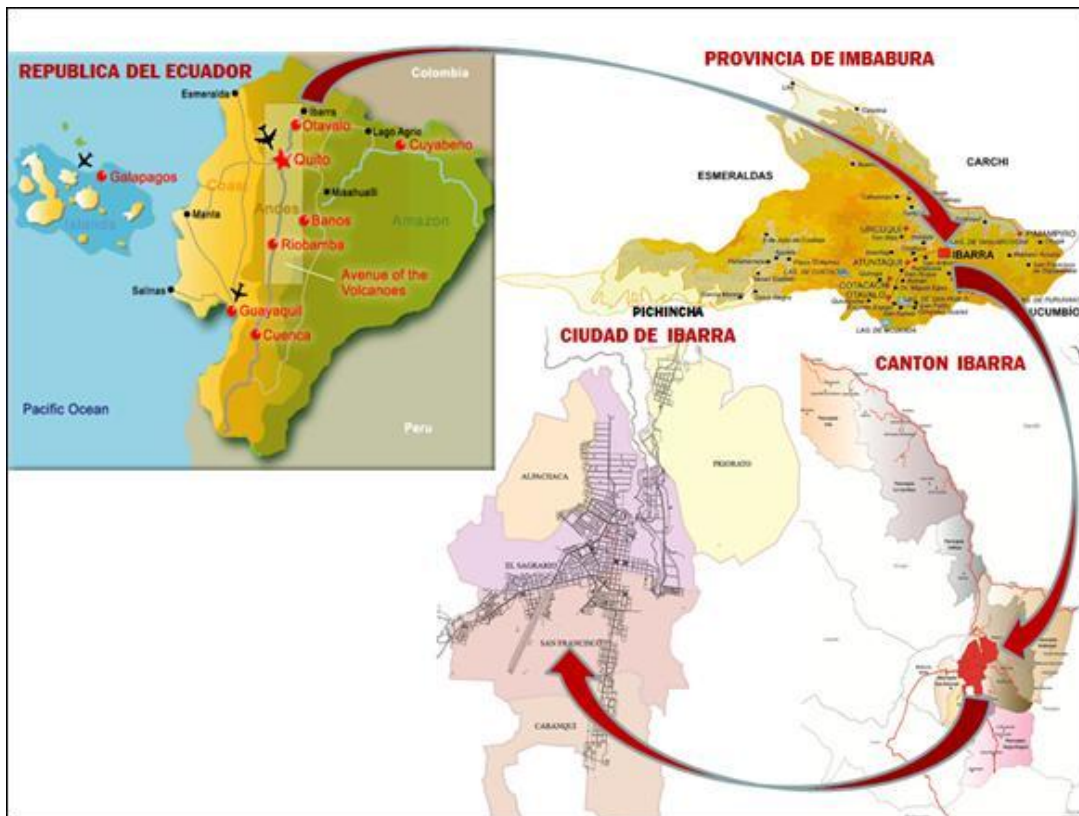
Efectuar el estudio técnico en el que se identifique la localización, el tamaño, proceso del servicio y la inversión que requerirá el proyecto, además del costo del servicio y las fuentes de financiamiento.

#### 4.2 LOCALIZACIÓN

##### 4.2.1 MACRO LOCALIZACIÓN

El gimnasio estará ubicada en la República del Ecuador, Provincia de Imbabura, Cantón Ibarra.

**Gráfico 23:** *Mapa De Ecuador, Provincia De Imbabura, Cantón Ibarra, Ciudad De Ibarra*



FUENTE: <http://www.monografias.com/trabajos97/mejoramiento-vial/mejoramiento-vial.shtml>

#### **4.2.2 MICRO LOCALIZACIÓN**

Con el propósito de determinar la ubicación específica del gimnasio se realizó un análisis de factores a través del método cualitativo por puntos, estos factores fueron expresos de acuerdo a la importancia y a la influencia que tienen en las operaciones diarias del gimnasio.

Los factores más significativos para la micro localización fueron los siguientes:

- Disponibilidad de servicios básicos
- Costo de los arriendos
- Facilidad de transporte
- Competencia
- Mercado meta
- Seguridad (policía y bomberos)
- Personal profesional
- Contaminación auditiva

Para elegir el lugar donde se implantó la empresa se consideraron inicialmente las siguientes opciones:

A. Sector de Los Ceibos (Av. El Retorno y Rio Amazonas, Esquina)

B. Sector de Los Ceibos (Av. El Retorno y Rio Puyango)

A los factores se les relacionó con los sitios propuestos para la ubicación del proyecto asignándoles una valoración de 1 a 10 obteniéndose su calificación respectiva. Para establecer la calificación ponderada se multiplicó el peso asignado del factor de localización por la calificación de cada sector pre escogido y así se obtuvo la calificación ponderada de cada factor y sitio. La matriz establecida para la localización fue la siguiente:

**Tabla 45: MATRIZ DEL METODO CUALITATIVO POR PUNTOS**

<b>MATRIZ DEL METODO CUALITATIVO POR PUNTOS</b>					
<b>FACTOR RELEVANTE</b>	<b>PES O</b>	<b>OPCIONES</b>			
		<b>A</b>		<b>B</b>	
		<b>CALIFICACION</b>	<b>PONDERACION</b>	<b>CALIFICACION</b>	<b>PONDERACION</b>
<b>Disponibilidad de servicios básicos</b>	0,3	9	2,7	8	2,4
<b>Costo de los arriendos</b>	0,25	8	2	5	1,25
<b>Facilidad de transporte</b>	0,2	7	1,4	7	1,4
<b>Mercado meta</b>	0,15	7	1,05	7	1,05
<b>Seguridad (policía y bomberos)</b>	0,2	8	1,6	8	1,6
<b>Contaminación auditiva</b>	0,1	6	0,6	5	0,5
<b>TOTAL</b>	<b>1</b>		<b>9,35</b>		<b>8,20</b>

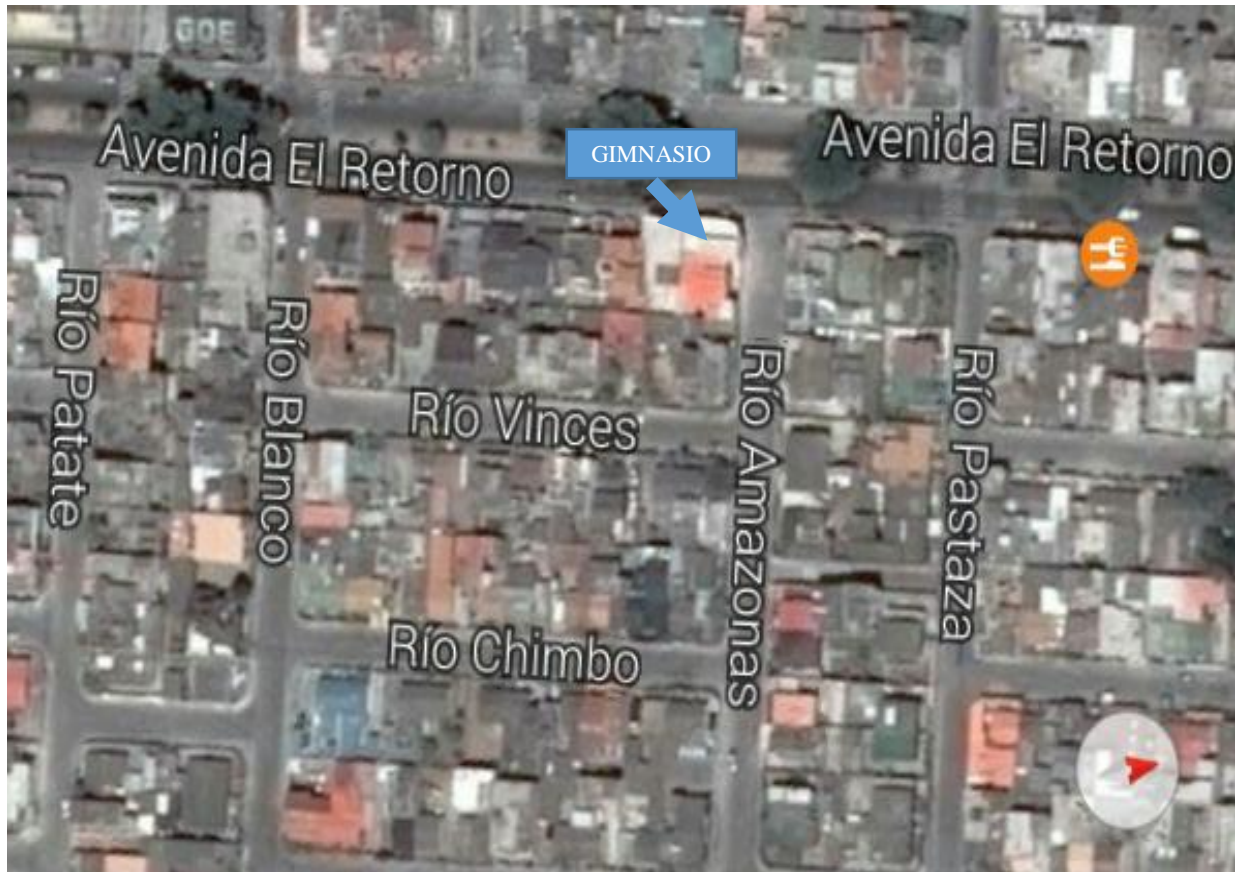
**FUENTE:** Investigación Directa

**ELABORADO POR:** El Autor

Los resultados de la matriz de valoración cualitativa por puntos, determina que la mejor alternativa de micro localización de la empresa es el sector de Los Ceibos específicamente en la Av. El Retorno y Rio Amazonas, Esquina con un valor de 9,35 puntos, en vista de que este sector reúne las características más convenientes para localización de la empresa.



**Gráfico 24: MICRO LOCALIZACIÓN**



**FUENTE:** Google Maps

**ELABORADO POR:** El Autor

### **4.3 TAMAÑO DEL PROYECTO**

El tamaño del proyecto nos permite determinar las variables óptimas dentro del estudio técnico tomándose en cuenta:

- Existencia de Mercado
- Capacidad de Instalada

### 4.3.1 EXISTENCIA DE MERCADO

De acuerdo a la investigación de campo efectuada, existe una demanda potencial a satisfacer muy significativa que puede ser aprovechada por el proyecto.

**Tabla 46: Demanda Potencial**

PROYECCION DE DEMANDA	
Año 0	1201113
Año 1	1222733
Año 2	1244742
Año 3	1267148
Año 4	1289956
Año 5	1313176

**FUENTE:** Tabulación de encuestas

**ELABORADO POR:** El Autor

### 4.3.2 CAPACIDAD INSTALADA

**Tabla 47: Capacidad Instalada**

CAPACIDAD DE LA PLANTA			
AÑO	DEMANDA INSATISFECHA	DEMANDA A CUBRIR	%
Año 0	515961	36941	7,16%
Año 1	510741	37680	7,38%
Año 2	504859	38433	7,61%
Año 3	498280	39202	7,87%
Año 4	490969	39986	8,14%
Año 5	482889	40786	8,45%

**FUENTE:** Tabulación de encuestas

**ELABORADO POR:** El Autor







Al analizar la capacidad de la planta se determinó que se cubrirá un 7,16% de la demanda insatisfecha el primer año, incrementando el 2% anual de la demanda a cubrir durante los 5 años.

## 4.4 PROCESO DEL SERVICIO

### 4.4.1 FLUJOGRAMA DE PROCESOS

A continuación se detalla la simbología utilizada para representar los flujogramas de procesos:

*Tabla 48: SIMBOLOGÍA DE FLUJOGRAMAS*

SÍMBOLO	DESCRIPCIÓN
	INICIO O FIN
	DECISIÓN
	DOCUMENTO
	PROCESO
	PREPARACIÓN
	FLECHA O CONECTOR

**FUENTE:** Investigación directa

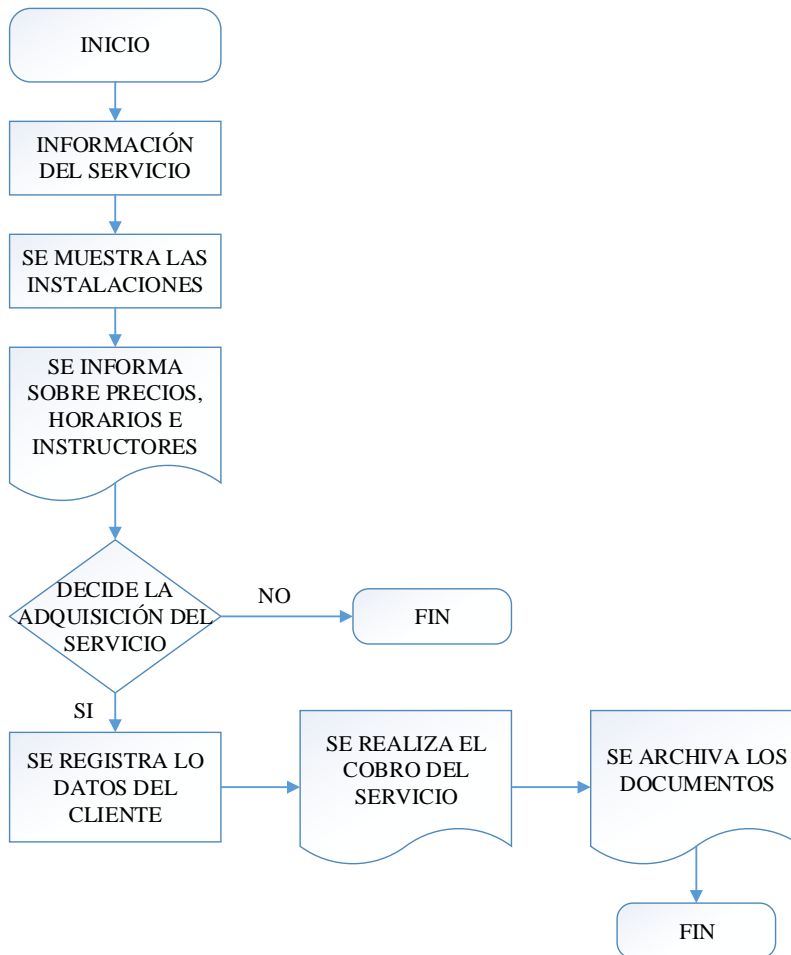
**ELABORADO POR:** El Autor

#### 4.4.1.1 FLUJOGRAMA DEL PROCESO PREVIO A LA PRESTACIÓN DEL SERVICIO

Para brindar el servicio a los clientes por primera vez, se sigue el siguiente proceso:

- a) Se informa al cliente las diferentes actividades del servicio.
- b) Se procede a dar un recorrido por las instalaciones.
- c) Se explica el precio, la forma de pago, horarios y se presenta a los instructores.
- d) El cliente toma la decisión de adquirir el servicio o no.
- e) Se registra el registro de los datos del cliente.
- f) El cliente cancela el valor del servicio diario o mensual.
- g) Se archivan los documentos.

**Gráfico 25: *Flujograma Del Proceso Previo A La Prestación Del Servicio***



**FUENTE:** Investigación directa

**ELABORADO POR:** El Autor

#### **4.4.1.2 PROCESO POSTERIOR A LA CONTRATACIÓN DE LOS SERVICIOS**

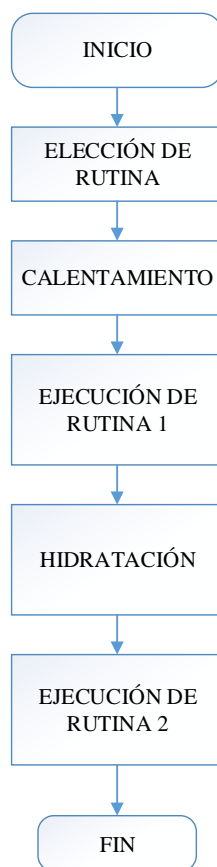
Luego de que el cliente decide contratar los servicios del gimnasio, se puede realizar cualquiera de los siguientes procesos:

##### **4.4.1.2.1 FORTALECIMIENTO MUSCULAR**

Cuando el cliente decide realizar actividades de fortalecimiento muscular, se realiza el proceso que se muestra a continuación:

- a) El cliente selecciona la rutina a de acuerdo a los músculos que va a trabajar.
- b) Se realiza un calentamiento previo a la ejecución de las actividades físicas.
- c) El cliente ejecuta la primera rutina con la asesoría del instructor.
- d) El cliente debe hidratarse cada cierto periodo de trabajo.
- e) Se ejecuta la segunda rutina con la asesoría del instructor.
- f) El cliente vuelve a hidratarse.

**Gráfico 26: PROCESO DE FORTALECIMIENTO MUSCULAR**



**FUENTE:** Investigación directa

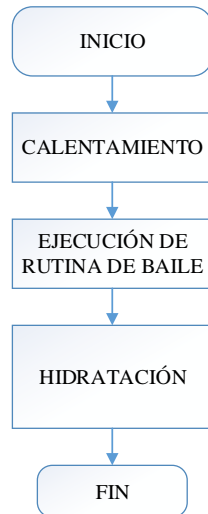
**ELABORADO POR:** El Autor

#### **4.4.1.2.2 BAILOTERAPIA Y AERÓBICOS**

Si el cliente decide realizar la actividad de bailoterapia y aeróbicos, se realiza el siguiente proceso:

- a) Los clientes realizan un calentamiento o cardio.
- b) Se ejecuta la rutina de baile y aeróbicos con la guía del instructor.
- c) Los clientes se hidratan al finalizar la rutina.

**Gráfico 27: PROCESO DE AERÓBICOS Y BAILOTERAPIA**



**FUENTE:** Investigación directa

**ELABORADO POR:** El Autor

#### 4.5 DISTRIBUCIÓN DE LA PLANTA

En la distribución de la planta se determina las distintas áreas de trabajo que tendrá el gimnasio, el mismo que deberá ser amplio de tal forma que permita la correcta ubicación de las maquinas necesarias para brindar un servicio de calidad a los clientes.

**Tabla 49: Distribución De La Planta**

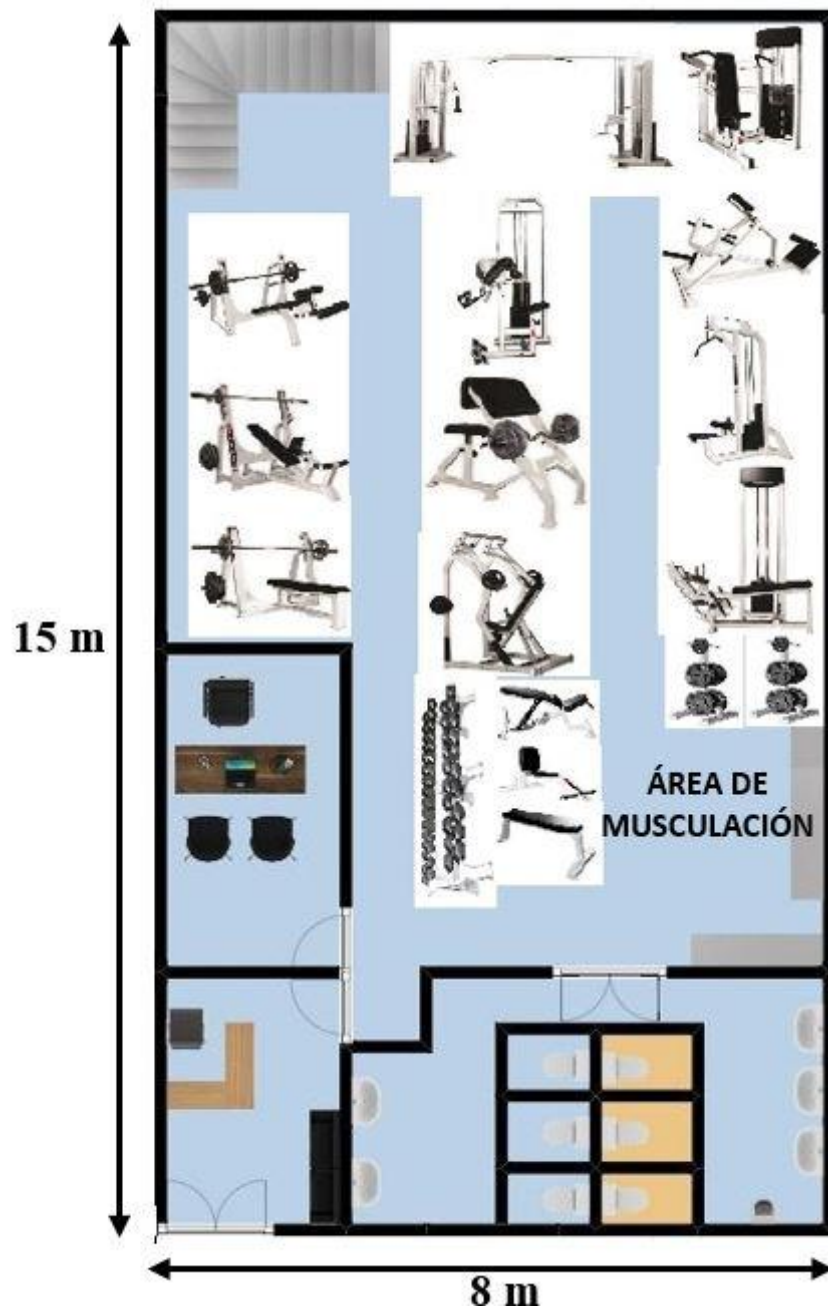
SECCIONES	ÁREA M <sup>2</sup>
Gerencia	8
Recepción	7
Área De Fortalecimiento Muscular	84
Área De Cardio, Bailoterapia Y Aeróbicos	117
Baños	24
<b>TOTAL</b>	<b>240</b>

**FUENTE:** Investigación directa

**ELABORADO POR:** El Autor

#### 4.5.1.1 DISEÑO DE LA PLANTA

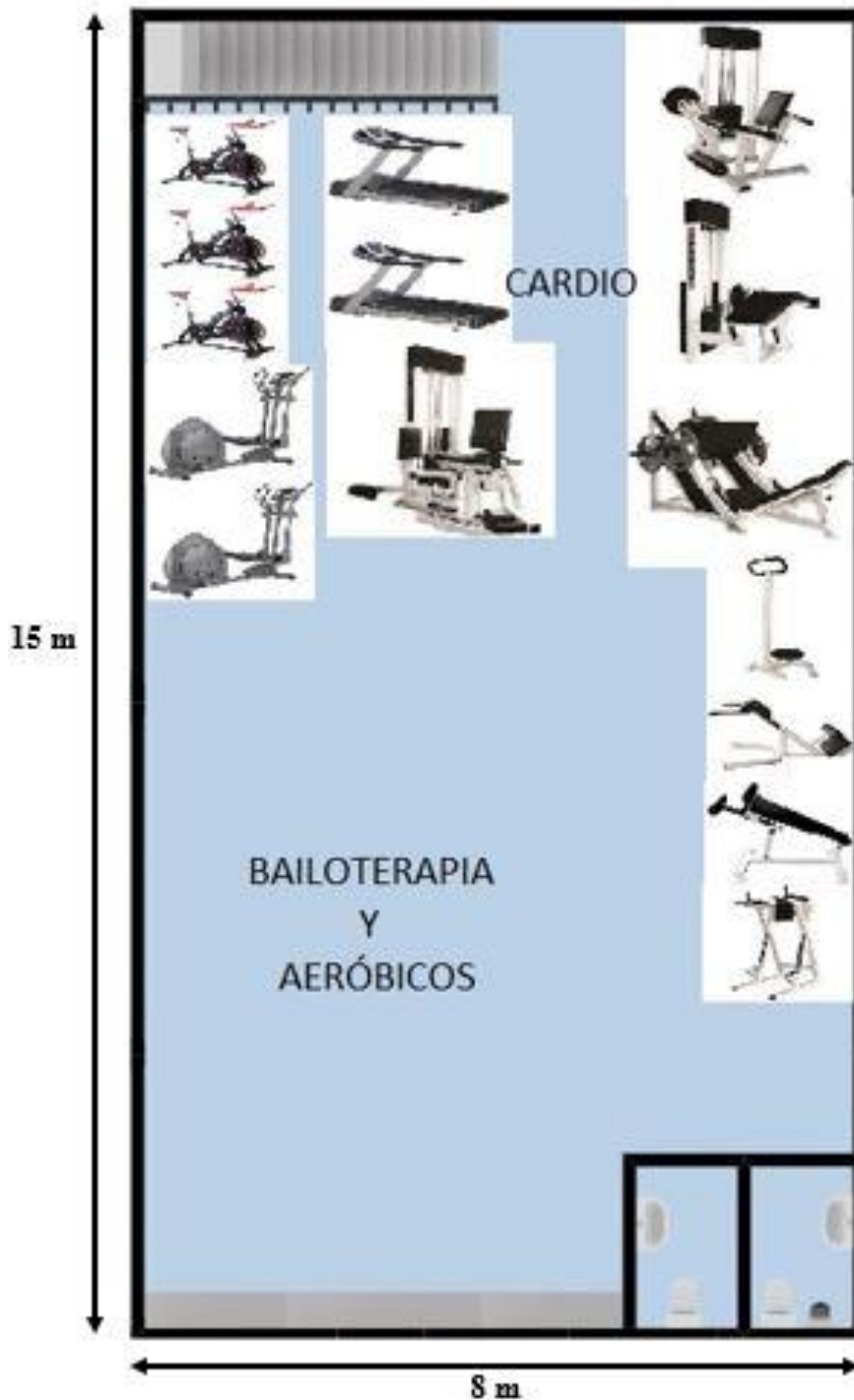
Gráfico 28: *Planta Baja*



ELABORADO POR: El Autor



Gráfico 29: *Planta Alta*



ELABORADO POR: El Autor

## 4.6 INVERSIONES DEL PROYECTO

Las inversiones del presente proyecto se detallan a continuación:

### 4.6.1 INVERSION FIJA

#### 4.6.1.1 EDIFICIO

Para la implementación del proyecto se realizará la compra del edificio que cuenta con un área de 240 m<sup>2</sup>, donde se aplicarán las adecuaciones pertinentes para que cada área cuente con las especificaciones adecuadas que permitan desarrollar las actividades establecidas.

**Tabla 50: Edificio**

DETALLE	m2	Valor por m2	TOTAL EN USD
EDIFICIO	240	292	70000

FUENTE: Investigación directa

ELABORADO POR: El Autor

#### 4.6.1.2 MUEBLES Y ENSERES

Los muebles y enseres que se requieren para implementar el proyecto son:

**Tabla 51: Muebles Y Enseres**

CANTIDAD	REQUERIMIENTOS	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
1	Escritorios	210	210
2	Silla giratoria	100	200
1	Archivador 3	175	175
1	Modulo L	150	150
3	Silla de espera	49	147
12	Basureros	5,6	67,2
<b>Subtotal</b>			<b>949,2</b>

FUENTE: Investigación directa

ELABORADO POR: El Autor

#### 4.6.1.3 EQUIPO DE COMPUTACIÓN

Se adquirirá equipo de computación apropiado, el cual permita llevar un registro y control adecuado de las actividades planificadas.

**Tabla 52: Equipo De Computación**

<b>CANTIDAD</b>	<b>REQUERIMIENTOS</b>	<b>VALOR UNITARIO</b>	<b>VALOR TOTAL</b>
2	Computadores portátiles	989	1978
1	Impresora	100	100
<b>Subtotal</b>			<b>2078</b>

**FUENTE:** Investigación directa

**ELABORADO POR:** El Autor

#### 4.6.1.4 EQUIPO DE OFICINA

El equipo de oficina será complementario en el área de recepción y gerencia.

**Tabla 53: Equipo De Oficina**

<b>CANTIDAD</b>	<b>REQUERIMIENTOS</b>	<b>VALOR UNITARIO</b>	<b>VALOR TOTAL</b>
1	Teléfono	85	85
1	Calculadora	20	20
<b>Subtotal</b>			<b>105</b>

**FUENTE:** Investigación directa

**ELABORADO POR:** El Autor

#### 4.6.1.5 MAQUINARIA Y EQUIPO

La maquinaria y equipo necesario debe contar con las características que permitan brindar un servicio de calidad.

**Tabla 54: Maquinaria Y Equipo**

<b>CANTIDAD</b>	<b>REQUERIMIENTOS</b>	<b>VALOR</b>	<b>VALOR TOTAL</b>
2	Parlante amplificador	271	542
2	Lockers (16 casilleros)	230	460
1	Balanza	20	20
8	Plancha de piso de caucho de 9mm	70	560
1	Banco de pecho plano	330	330
1	Banco de pecho inclinado	330	330
1	Banco pecho declinado	330	330
1	Predicador	210,53	210,53
1	Banco para hombros	255	255
2	Banco plano	257	514
2	Porta discos	130	260
2	Porta mancuernas	145	290
1	Polea gemela horizontal	1777,44	1777,44
4	Mancuernas o huesos 10 lbs	14,29	57,16
4	Mancuernas o huesos 15 lbs	21,43	85,72
4	Mancuernas o huesos 20 lbs	28,57	114,28
4	Mancuernas o huesos 30 lbs	42,86	171,44
4	Mancuernas o huesos 35 lbs	50	200
4	Mancuernas o huesos 40 lbs	57,14	228,56

4	Mancuernas o huesos 45 lbs	64,29	257,16
4	Mancuernas o huesos 50 lbs	71,43	285,72
2	Mancuernas o huesos 60 lbs	85,71	171,42
2	Mancuernas o huesos 70 lbs	100	200
6	Disco olímpico de hierro 2,5 kg	7,86	47,16
6	Disco olímpico de hierro 5 kg	15	90
6	Disco olímpico de hierro 10 kg	31,46	188,76
6	Disco olímpico de hierro 20 kg	62,91	377,46
6	Disco olímpico de hierro 15 kg	43,75	262,5
1	Rack de sentadillas	673	673
1	Prensa atlética	1550	1550
1	Pantorrillera sentada	600	600
1	Extensión	735,09	735,09
1	Polea alta y baja	723,68	723,68
1	Barra T	522	522
1	Hombros sentado	642,5	642,5
1	Fondo de paralelas	312,28	312,28
1	Tabla de abdominales	278,65	278,65
1	Giro cintura	127,72	127,72
1	Silla romana	510,53	510,53
2	Barra cabo de tríceps	20,18	40,36

2	Barra bíceps recta	29,82	59,64
1	Barra triangulo con caucho	50	50
1	Barra de remo	31,58	31,58
2	Barra olímpica Z	71,93	143,86
2	Barra MC	42,11	84,22
4	Barra olímpica	92,65	370,6
2	Elíptica crossfit	991	1982
2	Bicicleta estática	625	1250
<b>Subtotal</b>			<b>19304,02</b>

**FUENTE:** Investigación directa

**ELABORADO POR:** El Autor

#### 4.6.2 RESUMEN DE INVERSIÓN FIJA

A continuación se presenta un resumen de la inversión fija que se necesita para llevar acabo las actividades:

**Tabla 55: RESUMEN DE INVERSIÓN FIJA**

<b>RESUMEN DE INVERSIÓN FIJA</b>	
<b>DETALLE</b>	<b>VALOR</b>
Edificio	70000
Muebles y Enseres	949,2
Equipo de Computación	2078
Equipo de Oficina	105
Maquinaria y Equipo	19304,02
<b>TOTAL</b>	<b>92436,22</b>

**FUENTE:** Determinación de la Inversión

**ELABORADO POR:** El Autor

### 4.6.3 DEPRECIACIÓN

*Tabla 56: Depreciación y Amortización*

ACTIVO	VALOR ACTUAL	VALOR R	AC-V RES	% DEPREC	1	2	3	4	5	DEP. ACUM	VALOR LIBROS
Edificio y Obra Civil	\$ 70.000,00	\$ 3.500,00	\$ 66.500,00	5%	\$ 3.325,00	\$ 3.325,00	\$ 3.325,00	\$ 3.325,00	\$ 3.325,00	\$ 16.625,00	\$53.375,00
Muebles y Enseres	\$ 949,20	\$ 94,92	\$ 854,28	10%	\$ 85,43	\$ 85,43	\$ 85,43	\$ 85,43	\$ 85,43	\$ 427,14	\$ 522,06
Equipo de Computación	\$ 2.078,00	\$ 207,80	\$ 1.870,20	33%	\$ 623,39	\$ 623,39	\$ 623,39	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 1.870,18	\$ 207,82
Equipo de Oficina	\$ 105,00	\$ 10,50	\$ 94,50	10%	\$ 9,45	\$ 9,45	\$ 9,45	\$ 9,45	\$ 9,45	\$ 47,25	\$ 57,75
Maquinaria y Equipo	\$ 19.304,02	\$ 1.930,40	\$ 17.373,62	10%	\$ 1.737,36	\$ 1.737,36	\$ 1.737,36	\$ 1.737,36	\$ 1.737,36	\$ 8.686,81	\$ 10.617,21
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 92.436,22</b>	<b>\$ 5.743,62</b>	<b>\$ 86.692,60</b>		<b>\$ 5.781,63</b>	<b>\$ 2.455,63</b>	<b>\$ 2.455,63</b>	<b>\$ 1.832,24</b>	<b>\$ 1.832,24</b>	<b>\$ 14.357,38</b>	<b>\$ 78.078,84</b>

FUENTE: Determinación de la Inversión

ELABORADO POR: El Autor

### 4.6.4 ACTIVO DIFERIDO

A continuación se presenta el valor total que incurre en los gastos de constitución.

*Tabla 57: Activo Diferido*

DETALLE	Valor total	Vida útil	Amortización anual	1	2	3	4	5	Amortización acumulada
Patente	200,00	5	40,00	40,00	40,00	40,00	40,00	40,00	200,00
Permiso de funcionamiento	200,00	5	40,00	40,00	40,00	40,00	40,00	40,00	200,00
Bomberos	150,00	5	30,00	30,00	30,00	30,00	30,00	30,00	150,00
Total	550,00			110,00	110,00	110,00	110,00	110,00	550,00

FUENTE: Determinación de la Inversión

ELABORADO POR: El Autor

#### 4.6.5 MANO DE OBRA

*Tabla 58: Mano de Obra*

CARGO	SUELDO	TOTAL INGRESOS	9,45% AP. PERS.	11,15% Aporte Patronal	Fondo De Reserva	XIII SUELDO	XIV SUELDO	VACACIONES	LIQUIDO A RECIBIR
<b>Gerente</b>	600	600	56,70	66,9	49,98	50,00	31,25	25,00	\$ 766,43
<b>Recepcionista</b>	375	375	35,4375	41,8125	31,2375	31,25	31,25	15,625	\$ 490,74
<b>Instructor pesas 1</b>	375	375	35,44	41,8125	31,2375	31,25	31,25	15,625	\$ 490,74
<b>Instructor pesas 2</b>	375	375	35,4375	41,8125	31,2375	31,25	31,25	15,625	\$ 490,74
<b>Instructor bailoterapia</b>	150,00	150	14,18	16,725	12,495	12,5	31,25	6,25	\$ 215,05

FUENTE: Determinación de la Inversión

ELABORADO POR: El Autor

Es importante mencionar que se contratará un contador el mismo que ayudará a llevar el registro contable y tributario de la empresa, el cual será considerado como un gasto por servicios profesionales por \$100,00.



#### 4.6.6 ESTADO DE COSTOS

*Tabla 59: Estado de Costos*

1. Materiales directos utilizados		0
Inv Inicial	0	
(+) Compras netas	0	
=Materiales disponibles para la producción	0	
(-) Inv. Final	0	
2. Mano de obra utilizada		14358,24
(=) COSTO PRIMO=[CP= MD+MOD]		14.358
3. (+) Costos indirectos de fabricación		6968,02
MATERIA PRIMA INDIRECTA UTILIZADA	0	
Inv Inicial	0	
(+) Compras materia prima indirecta	0	
=Materiales indirectos disponibles	0	
(-) Inv. Final	0	
(+) Mano de obra indirecta	0	
(+) Carga fabril	6968	
Servicios básicos	\$1.020,00	
Seguros de fabrica		
Mantenimiento y reparación de maquinaria	166,39	
Depreciaciones	5781,63	
(=) Costo DE SERVICIO [CP+CIF]		21.326
(+) Inventario inicial de producción en proceso		0
(=) Costo de producción en proceso disponible		21.326
(-) Inventario final de producción en proceso		0
(=) Costos de producción de producto terminado		21.326
(+) Inventario inicial de artículos terminados		0
(=) Artículos terminados disponibles para la venta		21.326
(-) Inventario final de artículos terminados		0
(=) Costo de producción y ventas		21.326
G ADMINISTRATIVOS		16286,01
G VENTA		1740,00
G FINANCIEROS		6215,87
<b>CT</b>		<b>45.568</b>
C/U	1,23	
PRECIO	\$ 2,35	
M. utilidad	48%	
SERVICIOS AL AÑO	36941	

FUENTE: Determinación de la Inversión

ELABORADO POR: El Autor

#### 4.6.7 CAPITAL DE TRABAJO

El capital de trabajo corresponde al dinero en efectivo que se necesita para cubrir los costos y gastos del proyecto, el cual está presupuestado para 10 días hasta que genere ingresos por la propia actividad.

**Tabla 60: Capital Trabajo**

<b>CAPITAL DE TRABAJO</b>		
<b>COSTOS DE SERVICIOS</b>		
CONCEPTO	V. MENSUAL	V.ANUAL
Instructor pesas 1	\$ 490,74	\$ 5.888,85
Instructor pesas 2	\$ 490,74	\$ 5.888,85
Instructor bailoterapia	215,05	2.580,54
Subtotal	1.196,52	14.358,24
<b>GASTOS OPERATIVOS</b>		
CONCEPTO	V. MENSUAL	V.ANUAL
Sueldos Administración	1.357,17	16.286,01
Gasto. Serv. Profesionales Contador	100,00	1.200,00
Servicios Básicos	85	1.020,00
Útiles de oficina	60	720,00
Útiles de aseo	55	660,00
Gasto Venta	145,00	1.740,00
Subtotal	1.802,17	21.626,01
<b>SUBTOTAL</b>	<b>2.998,69</b>	<b>35.984,25</b>
Imprevistos	149,93	1.799,21
<b>SUBTOTAL</b>	<b>2.848,75</b>	<b>37.783,46</b>
Depreciación	481,80	5.781,63
<b>TOTAL</b>	<b>2.366,95</b>	<b>43.565,10</b>
Días del año		365,00
Periodo de desfase		10,00
<b>CAPITAL DE TRABAJO</b>		<b>1.193,56</b>

FUENTE: Determinación de la Inversión

ELABORADO POR: El Autor

#### 4.6.8 INVERSIÓN TOTAL

La inversión total del proyecto está compuesta de: activos fijos, activos diferidos y capital de trabajo.

**Tabla 61: *Inversión Total***

<b>INVERSIÓN</b>	<b>VALOR</b>	<b>PORCENTAJE</b>
ACTIVO FIJO	\$ 92.436	98,1%
ACTIVO DIFERIDO	\$ 550,00	0,6%
CAPITAL DE TRABAJO	\$ 1.194	1,3%
TOTAL	\$ 94.180	100%

**FUENTE:** Determinación de la Inversión

**ELABORADO POR:** El Autor

Para la implementación del proyecto se necesita una inversión inicial de 94.180 dólares de los cuales el mayor porcentaje corresponde al activo fijo, seguido del capital de trabajo con un 1,3% y por último el 0,6% que equivale al activo diferido.

#### 4.6.9 FINANCIAMIENTO

El financiamiento de la empresa está conformado por capital interno y externo, como se muestra a continuación:

**Tabla 62: *Financiamiento***

<b>FINANCIAMIENTO</b>	<b>APORTE</b>	<b>%</b>
Interno	\$ 37.672	40%
Externo	\$ 56.508	60%
TOTAL	\$ 94.180	100%

**FUENTE:** Determinación de la Inversión

**ELABORADO POR:** El Autor

Para realizar el proyecto se necesita la intervención de una institución financiera a la cual se solicitara un crédito equivalente al 60% de la inversión total, mientras que el 40% restante será aporte del propietario.

#### 4.6.10 AMORTIZACIÓN DE LA DEUDA

*Tabla 63: Amortización de Deuda*

MONTO:	\$ 56.507,87
PLAZO	5 Años = 60 Meses
Interés Mensual	0,92%
Anual Nominas	11,00%
Cuota Mensual	\$ 1.228,62

PERIODO	PRINCIPAL	INTERÉS	AMORTIZ.	CUOTA	SALDO
0					56.507,87
1	56.507,87	6215,87	\$ 9.073,49	\$ 15.289,35	\$ 47.434,38
2	47.434,38	5217,78	\$ 10.071,57	\$ 15.289,35	\$ 37.362,81
3	37.362,81	4109,91	\$ 11.179,44	\$ 15.289,35	\$ 26.183,37
4	26.183,37	2880,17	\$ 12.409,18	\$ 15.289,35	\$ 13.774,19
5	13.774,19	1515,16	\$ 13.774,19	\$ 15.289,35	(\$ 0,00)

FUENTE: Determinación de la Inversión

ELABORADO POR: El Autor

El préstamo se realizara a la Corporación Financiera Nacional ya que es la única institución que ofrece créditos para empresas de servicios, el monto solicitado a este ente financiero está determinado para un periodo de 5 años.

## CAPITULO V

### 5 ESTUDIO FINANCIERO

#### 5.1 OBJETIVO

- Realizar un estudio financiero que permita determinar la factibilidad del proyecto a través de indicadores de evaluación económica financiera.

#### 5.2 PRESUPUESTO DE INGRESOS

A continuación se presenta un presupuesto de los ingresos anuales para los cinco años correspondientes:

*Tabla 64: Presupuesto De Ingresos*

CONCEPTO	AÑO ACTUAL	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
CANTIDAD	36941	37680	38433	39202	39986	40786
PRECIO UNITARIO	\$ 2,35	\$ 2,38	\$ 2,41	\$ 2,43	\$ 2,46	\$ 2,49
SUBTOTAL	\$86.945,51	\$89.677,68	\$92.495,71	\$95.402,30	\$98.400,22	\$101.492,35

**FUENTE:** Estudio Técnico

**ELABORADO POR:** El Autor

Para la proyección de los ingresos se consideró la demanda a cubrir anual con una tasa de crecimiento del 2%, y la proyección del precio tomando en cuenta la tasa de inflación del 1,12%.

### 5.3 PRESUPUESTO DE EGRESOS

En la siguiente tabla se muestra la proyección de los costos y gastos anuales que se incurren en la prestación del servicio.

**Tabla 65: Presupuesto De Egresos**

<b>COSTO DEL SERVICIO</b>						
<b>CONCEPTO</b>	<b>AÑO ACTUAL</b>	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
<b>Instructor pesas 1</b>	\$ 5.888,85	\$ 5.954,81	\$ 6.021,50	\$ 6.088,94	\$ 6.157,14	\$ 6.226,10
<b>Instructor pesas 2</b>	\$ 5.888,85	\$ 5.954,81	\$ 6.021,50	\$ 6.088,94	\$ 6.157,14	\$ 6.226,10
<b>Instructor bailoterapia</b>	\$ 2.580,54	\$ 2.609,44	\$ 2.638,67	\$ 2.668,22	\$ 2.698,10	\$ 2.728,32
<b>SUBTOTAL</b>	\$ 14.358,24	\$ 14.519,05	\$ 14.681,67	\$ 14.846,10	\$ 15.012,38	\$ 15.180,52
<b>GASTOS OPERATIVOS</b>						
<b>CONCEPTO</b>	<b>AÑO ACTUAL</b>	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
<b>Gasto Administrativo</b>	\$ 19.886,01	20108,73331	20333,95113	20561,69138	20791,98232	21024,85252
<b>Sueldos Administración</b>	\$ 16.286,01	\$ 16.468,41	\$ 16.652,86	\$ 16.839,37	\$ 17.027,97	\$ 17.218,69
<b>Gasto. Serv. Profesionales Contador</b>	\$ 1.200,00	\$ 1.213,44	\$ 1.227,03	\$ 1.240,77	\$ 1.254,67	\$ 1.268,72
<b>Servicios Básicos</b>	\$ 1.020,00	\$ 1.031,42	\$ 1.042,98	\$ 1.054,66	\$ 1.066,47	\$ 1.078,41
<b>Útiles de oficina</b>	\$ 720,00	\$ 728,06	\$ 736,22	\$ 744,46	\$ 752,80	\$ 761,23
<b>Útiles de aseo</b>	\$ 660,00	\$ 667,39	\$ 674,87	\$ 682,43	\$ 690,07	\$ 697,80
<b>Amortización diferida</b>		\$ 110,00	\$ 110,00	\$ 110,00	\$ 110,00	\$ 110,00
<b>Gasto Venta</b>	\$ 1.740,00	\$ 1.759,49	\$ 1.779,19	\$ 1.799,12	\$ 1.819,27	\$ 1.839,65
<b>Gasto Financiero</b>		\$ 6.215,87	\$ 5.217,78	\$ 4.109,91	\$ 2.880,17	\$ 1.515,16
<b>SUBTOTAL</b>	\$ 21.626,01	\$ 28.194,09	\$ 27.440,93	\$ 26.580,72	\$ 25.601,42	\$ 24.489,66
<b>TOTAL</b>	\$ 35.984,25	\$ 42.713,14	\$ 42.122,59	\$ 41.426,82	\$ 40.613,80	\$ 39.670,18

**FUENTE:** Estudio Técnico

**ELABORADO POR:** El Autor

## 5.4 ESTADOS FINANCIEROS

### 5.4.1 ESTADO DE SITUACIÓN INICIAL

**Tabla 66: Estado De Situación Inicial**

<b>ESTADO DE SITUACION INICIAL</b>	
<b><u>ACTIVOS</u></b>	
<b><u>ACTIVOS CORRIENTES</u></b>	
Caja - Bancos	1193,56
<b>TOTAL ACTIVOS CORRIENTES</b>	<b>1193,56</b>
<b><u>ACTIVOS DIFERIDOS</u></b>	
Constitución y permisos	550
<b>TOTAL ACTIVOS DIFERIDOS</b>	<b>550</b>
<b><u>ACTIVOS FIJOS</u></b>	
Edificio	70000
Muebles y Enseres	949,2
Equipo de Computación	2078
Equipo de Oficina	105
Maquinaria y Equipo	19304,02
<b>TOTAL ACTIVOS FIJOS</b>	<b>92436,22</b>
<b>TOTAL ACTIVOS</b>	<b>94179,78</b>
<b><u>PASIVOS</u></b>	
Deuda a largo plazo	56507,87
<b>TOTAL PASIVOS</b>	<b>56507,87</b>
<b><u>PATRIMONIO</u></b>	
Capital social	37671,91
<b>TOTAL PATRIMONIO</b>	<b>37671,91</b>
<b>TOTAL PASIVO + PATRIMONIO</b>	<b>94179,78</b>

FUENTE: Estudio Técnico

ELABORADO POR: El Autor

El estado de situación inicial muestra el total de activos con los que cuenta la empresa y los pasivos son las obligaciones que tiene la empresa con terceros, además el patrimonio muestra el aporte total del propietario.

## 5.4.2 ESTADO DE RESULTADOS

*Tabla 67: ESTADO DE RESULTADOS*

CUENTAS	AÑO ACTUAL	1	2	3	4	5
Ingreso						
Ingresos Proyectados	\$ 86.945,51	\$89.677,68	\$ 92.495,71	\$ 95.402,30	\$ 98.400,22	\$ 101.492,35
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 86.945,51</b>	<b>\$89.677,68</b>	<b>\$ 92.495,71</b>	<b>\$ 95.402,30</b>	<b>\$ 98.400,22</b>	<b>\$ 101.492,35</b>
(-) Costo de servicio						
MOD	\$ 14.358,24	\$14.519,05	\$ 14.681,67	\$ 14.846,10	\$ 15.012,38	\$ 15.180,52
(=)Utilidad Bruta	\$ 72.587,27	\$75.158,63	\$ 77.814,05	\$ 80.556,20	\$ 83.387,84	\$ 86.311,83
(-) Gastos Operacionales						
Gastos Administrativos	\$ 19.886,01	\$42.713,14	\$ 42.122,59	\$ 41.426,82	\$ 40.613,80	\$ 39.670,18
Gasto Venta	\$ 1.740,00	\$1.759,49	\$ 1.779,19	\$ 1.799,12	\$ 1.819,27	\$ 1.839,65
Gasto Financiero	\$ -	\$6.215,87	\$ 5.217,78	\$ 4.109,91	\$ 2.880,17	\$ 1.515,16
Depreciación	\$ 5.781,63	\$5.781,63	\$ 2.455,63	\$ 2.455,63	\$ 1.832,24	\$ 1.832,24
Amortización Diferida	\$ 110,00	\$110,00	\$ 110,00	\$ 110,00	\$ 110,00	\$ 110,00
Total	\$ 27.517,64	\$56.580,13	\$ 51.685,20	\$ 49.901,49	\$ 47.255,48	\$ 44.967,22
(=) Utilidad antes de participación trabajadores	\$ 45.069,62	\$18.578,50	\$ 26.128,84	\$ 30.654,71	\$ 36.132,36	\$ 41.344,61
(-) 15% Participación trabajadores	\$ 6.760,44	\$2.786,78	\$ 3.919,33	\$ 4.598,21	\$ 5.419,85	\$ 6.201,69
(=) Utilidad antes de impuestos	\$ 38.309,18	\$15.791,73	\$ 22.209,52	\$ 26.056,50	\$ 30.712,51	\$ 35.142,92
(-) 22% Impuesto a la renta	\$ 8.428,02	\$3.474,18	\$ 4.886,09	\$ 5.732,43	\$ 6.756,75	\$ 7.731,44
<b>(=) Utilidad Neta</b>	<b>\$ 29.881,16</b>	<b>\$12.317,55</b>	<b>\$ 17.323,42</b>	<b>\$ 20.324,07</b>	<b>\$ 23.955,75</b>	<b>\$ 27.411,48</b>

FUENTE: Estudio Técnico

ELABORADO POR: El Autor

El estado de resultados permite apreciar la utilidad neta que se obtendrá en los próximos 5 años.



### 5.4.3 FLUJO DE CAJA

**Tabla 68: Flujo De Caja**

CONCEPTO	Año 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Ingresos		\$ 89.677,68	\$ 92.495,71	\$ 95.402,30	\$ 98.400,22	\$ 101.492,35
COSTOS /S		(14.519,05)	(14.681,67)	(14.846,10)	(15.012,38)	(15.180,52)
COSTOS FIJOS						
Gastos Administración		(42.713,14)	(42.122,59)	(41.426,82)	(40.613,80)	(39.670,18)
Gastos de Ventas		\$ (1.759,49)	\$ (1.779,19)	\$ (1.799,12)	\$ (1.819,27)	\$ (1.839,65)
Interés préstamo		(6.215,87)	(5.217,78)	(4.109,91)	(2.880,17)	(1.515,16)
Depreciación		(5.781,63)	(2.455,63)	(2.455,63)	(1.832,24)	(1.832,24)
Amortización intangible		-110,00	-110,00	-110,00	-110,00	-110,00
Valor libros						
<b>UTILIDAD ANTES DE IMPUESTO</b>		<b>18578,50</b>	<b>26128,84</b>	<b>30654,71</b>	<b>36132,36</b>	<b>41344,61</b>
Impuesto		3.474,18	4.886,09	5.732,43	6.756,75	7.731,44
Participación trabajadores		2.786,78	3.919,33	4.598,21	5.419,85	6.201,69
Resultado operacional Neta		24.839,46	34.934,26	40.985,35	48.308,96	55.277,74
Depreciación		5.781,63	2.455,63	2.455,63	1.832,24	1.832,24
Amortización intangible		110,00	110,00	110,00	110,00	110,00
Valor en libros						
Inversión Inicial	-94.179,78					
Inversión capital de trabajo	-1193,56					
Préstamo	56508					
Amortización de deuda		-9073,49	-10071,57	-11179,44	-12409,18	-13774,19
<b>Flujo de caja</b>	<b>-38865</b>	<b>21658</b>	<b>27428</b>	<b>32372</b>	<b>37842</b>	<b>43446</b>

FUENTE: Estudio Técnico

ELABORADO POR: El Autor

El flujo de efectivo permite observar la liquidez que tiene la empresa para cubrir los costos y gastos que incurren en el funcionamiento de la misma.

## 5.5 EVALUACIÓN FINANCIERA

### 5.5.1 TASA MINIMA ACEPTABLE DE RENDIMIENTO

**Tabla 69: Tasa Mínima Aceptable De Rendimiento**

DESCRIPCIÓN	TASA	INFLACIÓN	%	VALOR PONDERADO
PROPIO	5,01%	1,12%	0,056%	6,19%
FINANCIADO	11,20%	1,12%	0,125%	12,45%
DESCRIPCIÓN	%	VALOR PONDERADO	TOTAL PONDERADO	
PROPIO	40%	6,19%	2,47%	
FINANCIADO	60%	12,45%	7,47%	
<b>TMAR GLOBAL</b>			<b>9,94%</b>	

FUENTE: Estudio Técnico

ELABORADO POR: El Autor

### 5.5.2 VALOR ACTUAL NETO (VAN)

Este indicador financiero permite apreciar el monto monetario de los beneficios reales que tendrá el proyecto ante la inversión.

**Tabla 70: Valor Actual Neto**

AÑO	FLUJO EFECTIVO	FACTOR DE ACTUALIZACIÓN	FE * FA.
1	21657,60	0,910	19699,17
2	27428,33	0,827	22692,08
3	32371,54	0,753	24359,92
4	37842,02	0,684	25901,47
5	43445,79	0,623	27048,01
<b>Valor Presente</b>			119700,65
<b>(-) Inversión Inicial</b>			94179,78
<b>VAN</b>			25520,87

FUENTE: Estudio Técnico

ELABORADO POR: El Autor

Al tener un VAN positivo de 25.520,87 se puede decir que el proyecto es totalmente factible de realizarlo.

### 5.5.3 TASA INTERNA DE RETORNO (TIR)

La TIR permite conocer la capacidad que tiene el proyecto de producir utilidades.

**Tabla 71: Tasa Interna De Retorno**

AÑO	FLUJO EFECTIVO	INVERSION INICIAL
1	21657,60	- 94179,78
2	27428,33	
3	32371,54	
4	37842,02	
5	43445,79	
<b>TIR</b>		<b>19%</b>

FUENTE: Estudio Técnico

ELABORADO POR: El Autor

La tasa interna de retorno dio como resultado 19% valor superior al costo de capital que es 9,94% lo que muestra claramente que el proyecto es factible realizarlo.

### 5.5.4 PERIODO DE RECUPERACIÓN

A continuación se muestra el tiempo en que recuperaremos la inversión total de \$94.466,84.

**Tabla 72: Periodo De Recuperación**

AÑO	FLUJO EFECTIVO	FLUJO ACTUALIZADO	FLUJO ACUMULADO
1	21657,60	21134,64	21134,64
2	27428,33	26766,02	47900,66
3	32371,54	31589,87	79490,52
4	37842,02	36928,25	116418,77
5	43445,79	42396,71	158815,48

FUENTE: Estudio Técnico

ELABORADO POR: El Autor

El periodo en el que los socios recuperaremos la inversión será de 3 años, 5 meses y 21 días.

### 5.5.5 COSTO-BENEFICIO

$$COSTO\ BENEFICIO = \frac{VALOR\ PRESENTE}{INVERSIÓN\ INICIAL}$$

$$COSTO\ BENEFICIO = \frac{119.700,65}{94.179,78}$$

$$COSTO\ BENEFICIO = 1,27$$

En esta relación se aprecia que por cada dólar de inversión se obtendrá \$0,27 de ganancia.

### 5.5.6 PUNTO DE EQUILIBRIO

$$PUNTO\ DE\ EQUILIBRIO(Q) = \frac{CF}{PV - CVU}$$

$$PUNTO\ DE\ EQUILIBRIO(Q) = \frac{39518,88}{2,35 - 0,23}$$

$$PUNTO\ DE\ EQUILIBRIO(Q) = 18601$$

Se puede apreciar que para que exista un punto neutral donde la empresa no pierda ni gane deben tener 18.601 visitas de personas al año o 1550 vistas mensuales.

$$PUNTO\ DE\ EQUILIBRIO(\$) = \frac{CF}{1 - \frac{CVU}{PV}}$$

$$PUNTO\ DE\ EQUILIBRIO(\$) = \frac{39518,88}{1 - \frac{0,23}{2,35}}$$

$$PUNTO\ DE\ EQUILIBRIO(\$) = 43780,25$$

La empresa tiene generar \$43.780,25 anuales para no tener pérdidas y si el valor es mayor al punto de equilibrio la empresa estará generando utilidades.

## CAPITULO VI

### 6 ESTUDIO ORGANIZACIONAL

La parte organizacional de la microempresa tiene que ver con el análisis de la parte estratégica, administrativa y legal que se necesita para iniciar con las actividades y el buen manejo de la misma.

#### 6.1 OBJETIVO

Proponer una estructura organizacional acorde a los requerimientos de la empresa que ayude a lograr los objetivos y metas.

#### 6.2 DENOMINACIÓN DE LA EMPRESA

##### 6.2.1 NOMBRE O RAZÓN SOCIAL

El gimnasio funcionará en el sector de Los Ceibos, Ciudad de Ibarra; y llevará el nombre YESHUÁ'S GYM.

##### 6.2.2 LOGOTIPO

El logotipo de la microempresa que representará la imagen de la organización será el siguiente:

*Gráfico 30: LOGOTIPO*



**ELABORADO POR:** El Autor

## **6.3 ASPECTO FILOSÓFICO**

### **6.3.1 MISIÓN**

Ser una empresa comprometida y responsable en la prestación de servicios de gimnasio en un lugar confortable y con tecnología actual, personal profesional y excelente atención al cliente, contribuyendo a un mejoramiento de la salud humana.

### **6.3.2 VISIÓN**

“Ser reconocido como gimnasio líder en la ciudad de Ibarra, asesorando y motivando a nuestros usuarios a vivir un estilo de vida saludable a través de ofrecer programas personalizados de entrenamiento, nutrición y actividad física que contribuya a mantener una vida saludable. Con un personal técnicamente capacitado e instalaciones que cumplan con altos estándares de calidad orientados al cliente”

### **6.3.3 OBJETIVOS**

#### **6.3.3.1 OBJETIVO GENERAL**

Brindar un servicio calidad, fomentando una cultura de disciplina que mejore la salud mental y física de los clientes, contando con personal capacitado para que determine las rutinas de ejercicios en base al nivel de los usuarios, sus necesidades y limitaciones físicas.

#### **6.3.3.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS**

1. Crear un programa completo de entrenamiento de 90 días que genere cambios corporales en la persona, los cuales se verificarán mediante controles de peso y medición muscular mensual.
2. Establecer métodos y técnicas que permitan supervisiones mensuales de la evolución desarrollada en las personas.

3. Estimular y fortalecer diariamente la confianza de las personas mediante el uso de técnicas motivacionales.
4. Mantener esfuerzos constantes para superar las expectativas de los clientes, aceptando sus sugerencias para ajustar los servicios a sus requerimientos.

#### **6.3.4 VALORES**

- **Orientación al Cliente**

Dedicar nuestro esfuerzo a conocer y satisfacer las necesidades de los clientes, proporcionándoles un servicio de calidad que cumpla con sus expectativas.

- **Innovación**

Mejorar continuamente a través de la modernización de las instalaciones y la formación del personal, aportando valor al servicio que ofreceremos.

- **Profesionalidad**

El personal que formará parte de la organización realizara su trabajo con eficacia y eficiencia, gracias al esfuerzo, trabajo en equipo y su formación continua.

- **Bienestar**

Ofrecer un amplio programa de ejercitación, que contribuya a mejorar la salud y el estado físico de los clientes.

#### **6.4 ASPECTO LEGAL**

La empresa se establecerá como Empresa Unipersonal de Responsabilidad Limitada y para comenzar a operar necesita seguir un proceso de constitución, según La Ley de Empresas Unipersonales de Responsabilidad Limitada se debe realizar los siguientes pasos:

- Se debe constituir una escritura pública, tal documento será elaborado por un abogado y contendrá los siguientes datos:

1. El nombre, apellidos, nacionalidad, domicilio y estado civil del gerente-propietario;
  2. La denominación específica de la empresa;
  3. El domicilio fijado como sede de la empresa y las sucursales que la misma tuviere;
  4. El objeto a que se dedicará la empresa;
  5. El plazo de duración de la misma;
  6. El monto del capital asignado a la empresa por el gerente-propietario, de conformidad con el artículo 1 de esta Ley;
  7. La determinación del aporte del gerente-propietario;
- Otorgada la escritura pública de constitución de la empresa, el gerente-propietario se dirigirá a uno de los jueces de lo civil, solicitando su aprobación e inscripción en el Registro Mercantil de dicho domicilio.
  - Si se hubiere cumplido todos los requisitos legales, el juez ordenará la publicación por una sola vez de un extracto de la escritura antedicha en uno de los periódicos de mayor circulación en el domicilio principal de la empresa.

La Ley especifica además que, una vez publicado el extracto, el Juez Civil debe abrir un plazo de veinte días para que deudores del gerente propietario presenten una oposición formal ante el mismo juez que va a determinar si es factible constituir la empresa unipersonal.

Una vez vencido el plazo estimado para las posibles oposiciones, el Juez deberá dictar sentencia aprobando la constitución de la Empresa Unipersonal de Responsabilidad Limitada y deberá enviar una copia de la sentencia al Registro Mercantil del Cantón donde va ya a ubicarse el domicilio principal, ordenando su inscripción.

Para efectos de este artículo se inscribirá la correspondiente escritura pública de



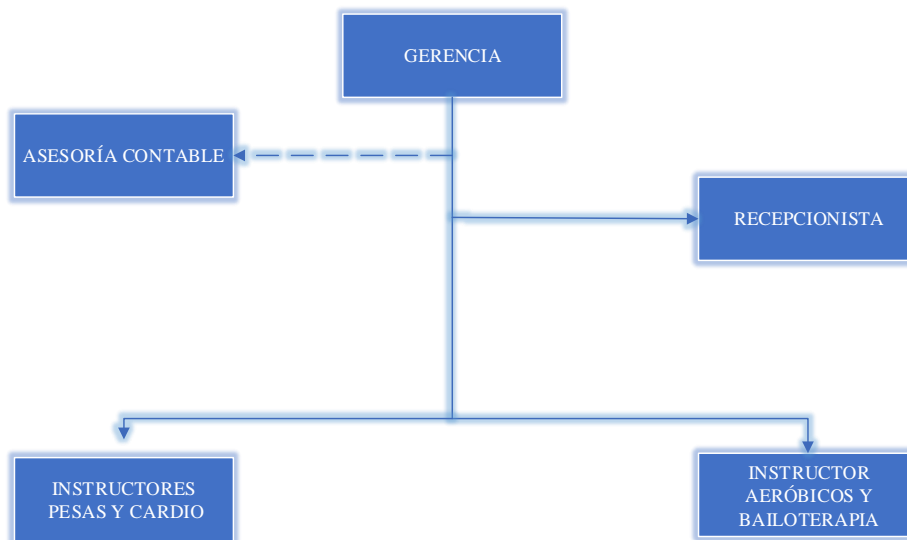
constitución y la respectiva resolución judicial, archivando en el Registro Mercantil copias auténticas de las mismas.

- Registro Único de Contribuyente (RUC)
- Patente Municipal
- Inscripción en la Cámara de Comercio
- Autorización otorgada por la Entidad Ambiental de Control
- Permiso de Funcionamiento autorizado por el Cuerpo de Bomberos de Ibarra
- Aprobación de funcionamiento del Ministerio de Salud

## 6.5 ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL

La estructura orgánica se basará en una estructura vertical donde la delegación de autoridad es de arriba hacia abajo, en la cual las órdenes y decisiones en todo nivel medio e inferior en la empresa se harán a cargo del nivel gerencial.

**Gráfico 31: Estructura Organizacional**



**ELABORADO POR:** El Autor

## 6.5.1 MANUAL DE DESCRIPCION DE PUESTOS Y FUNCIONES

**NOMBRE DEL CARGO:** Gerente

### PERFIL

- **Formación académica:** Título profesional en Administración de Empresas, Comercial, Finanzas o carreras afines.
- **Conocimientos adicionales:** Planificación estratégica y paquetes Office.
- **Experiencia:** 1 año en posiciones o en responsabilidades similares.
- **Cualidades personales:** Liderazgo, orientación a resultados, capacidad de planeación, organización y trabajo en equipo.

### FUNCIONES Y RESPONSABILIDADES

- Dirigir, planificar y coordinar con todos los demás colaboradores, el correcto funcionamiento de YESHUÁ'S GYM
- Supervisar el cumplimiento de Leyes, Decretos, Ordenanzas, Reglamentos, Resoluciones, etc.
- Desarrollar planes y programas especiales para mejorar los servicios de acondicionamiento físico.
- Dictar normas para orientar y controlar la utilización del recurso humano, económico, técnico y administrativo.

**NOMBRE DEL CARGO:** RECEPCIONISTA

### PERFIL

- **Formación académica:** Haber terminado la secundaria.
- **Conocimientos adicionales:** Paquetes de Office y calidad de servicio al cliente.

- **Experiencia:** Mínimo 6 meses en cargos similares o afines.
- **Cualidades personales:** Excelente comunicación verbal y escrita, identificación de problemas, iniciativa, tolerancia a la presión y solución de problemas.

#### **FUNCIONES Y RESPONSABILIDADES**

- Apoyar al Gerente en sus actividades diarias, efectuar los registros del ingreso de clientes.
- Atender las llamadas telefónicas.
- Explicar a los usuarios los servicios de acondicionamiento físico que ofrece el gimnasio YESHUÁ'S GYM.
- Brindar un trato amable, atento y tolerante a los usuarios.

#### **NOMBRE DEL CARGO: INSTRUCTORES DE PESAS Y CARDIO**

##### **PERFIL**

- **Formación académica:** Tener especialización en físico culturismo y fortalecimiento muscular.
- **Conocimientos adicionales:** Salud y nutrición.
- **Experiencia:** 1 año en cargos similares.
- **Cualidades personales:** Excelente comunicación verbal, flexible, paciente y tolerante.

#### **FUNCIONES Y RESPONSABILIDADES**

- Serán quienes asesoren a los usuarios en sus rutinas de ejercicios y lleven un control de cada uno de las personas a su cargo.
- Acudir puntualmente a impartir su rutina de ejercicios.
- Llevar a cabo las sesiones de ejercicios.

- Instruir al usuario sobre cómo mejorar su salud y estética.
- Cuidar los equipos deportivos entregados para realizar las sesiones de ejercicios.
- Impartirán sus rutinas de ejercicios cuidando siempre la seguridad de los usuarios.

## **NOMBRE DEL CARGO: INSTRUCTOR DE AERÓBICOS Y BAILOTERAPIA**

### **PERFIL**

- **Formación académica:** Tener especialización en baile y entrenamiento deportivo.
- **Conocimientos adicionales:** Salud y nutrición.
- **Experiencia:** 1 año en cargos similares.
- **Cualidades personales:** Excelente comunicación verbal, flexible, paciente y tolerante.

### **FUNCIONES Y RESPONSABILIDADES**

- Será quien asesore a los usuarios en sus rutinas de baile y lleve un control de las personas a su cargo.
- Acudir puntualmente a impartir su rutina de bailoterapia.
- Cuidar los equipos deportivos entregados para realizar las sesiones.
- Impartirá sus rutinas cuidando siempre la seguridad de los usuarios.

## **NOMBRE DEL CARGO: CONTADOR**

### **PERFIL**

- **Formación académica:** Ser Contador Público Autorizado CPA. Licencia profesional actualizada.
- **Conocimientos adicionales:** Manejo de paquetes office y sistemas contables.
- **Experiencia:** 2 años o mas

- **Cualidades personales:** Criterio y ética profesional, capacidad para trabajar bajo presión y sobre todo honestidad

## **FUNCIONES Y RESPONSABILIDADES**

- Presentar balances mensual, semestral y anual.
- Mantener los inventarios y kárdex actualizados.
- Asesorar al Gerente en situaciones financieras.
- Realizar presupuestos y proyecciones.

## CAPITULO VII

### 7 IMPACTOS

#### 7.1 OBJETIVOS

Determinar los principales impactos económicos, sociales y ambientales que generara el proyecto, como resultado de la implementación del mismo.

#### 7.2 ANÁLISIS DE IMPACTOS

Con el propósito de desarrollar un análisis cuantitativo y cualitativo se ha realizado una matriz de valoración, donde se señala una valoración de 3 a -3 que se aprecia de acuerdo a los siguientes criterios:

**Tabla 73: Matriz De Valoración De Impactos**

MATRIZ DE VALORACIÓN DE IMPACTOS	
CUANTIFICACIÓN	NIVEL
3	IMPACTO POSITIVO ALTO
2	IMPACTO POSITIVO MEDIO
1	IMPACTO POSITIVO BAJO
0	NO HAY IMPACTO
-1	IMPACTO NEGATIVO BAJO
-2	IMPACTO NEGATIVO MEDIO
-3	IMPACTO NEGATIVO ALTO

**ELABORADO POR:** El Autor

#### FORMULA

$$NIVEL DE IMPACTO = \frac{SUMATORIA NIVEL DE IMPACTO}{TOTAL DE INDICADORES}$$

Entre los impactos analizados están los siguientes: económicos, sociales y ambientales.

### 7.2.1 Impacto Económico

**Tabla 74: Impacto Económico**

INDICADORES	NIVEL DE IMPACTO							
	-3	-2	-1	0	1	2	3	TOTAL
Nivel de Ingresos							x	3
Rentabilidad							x	3
Nuevas Alternativas de Inversión						x		2
<b>TOTAL</b>						2	6	8

**ELABORADO POR:** El Autor

$$NIVEL DE IMPACTO = \frac{8}{3}$$

$$NIVEL DE IMPACTO = 2,7$$

*NIVEL DE IMPACTO = IMPACTO POSITIVO ALTO*

#### **Análisis:**

##### **Nivel de Ingresos**

Los beneficiarios de la empresa “YESHUÁ’S GYM” recibirán una fuente de ingresos al poner en marcha el proyecto, el cual permite tener un flujo de efectivo conveniente; además crea un ingreso para los trabajadores y sus familias.

##### **Rentabilidad**

Este indicador tiene un impacto positivo alto ya que la finalidad del proyecto es producir utilidades, por tanto la administración velará por conseguir el aumento de la rentabilidad del negocio mediante la aplicación de estrategias que permitan alcanzar los objetivos planteados.

##### **Nuevas Alternativas de Inversión**

Con la creación de esta empresa se crean alternativas de inversión en sector terciario, ya que en los últimos años el interés por tener una vida más saludable y un buen estado físico y mental se ha ido incrementando, por lo que invertir en un proyecto de este tipo generaría resultados positivos.

## 7.2.2 Impacto Social

**Tabla 75: Impacto Social**

INDICADORES	NIVEL DE IMPACTO							
	-3	-2	-1	0	1	2	3	TOTAL
Generación de Fuentes de Empleo						X		2
Estabilidad Laboral							X	3
Mejoramiento de la Calidad de Vida							X	3
<b>TOTAL</b>						2	6	8

**ELABORADO POR:** El Autor

$$NIVEL DE IMPACTO = \frac{8}{3}$$

$$NIVEL DE IMPACTO = 2,7$$

*NIVEL DE IMPACTO = IMPACTO POSITIV ALTO*

### **Análisis:**

#### **Generación de Fuentes de Empleo**

La creación de este proyecto contribuye a la generación de fuentes de empleo para las personas que cumplan con los requisitos establecidos, además permite disminuir el porcentaje de desempleo por falta de oportunidad de trabajo.

#### **Estabilidad Laboral**

Este proyecto propicia estabilidad laboral para los trabajadores, permitiendo que sus familias cuenten con un ingreso seguro, que ayude a cubrir las necesidades cotidianas básicas como son las de alimentación, vestido, vivienda y un pequeño porcentaje para el ahorro.

#### **Mejoramiento de la Calidad de Vida**

El mejoramiento de la calidad de vida tiene un impacto positivo alto, debido a que el servicio que ofreceremos contribuye a la eliminación del sedentarismo y a mejorar la salud física, mental y emocional de los clientes, asimismo permite que las personas que presten sus servicios en la organización obtengan mejores oportunidades en el ámbito laboral.



### 7.2.3 Impacto Ambiental

**Tabla 76: Impacto Ambiental**

INDICADORES	NIVEL DE IMPACTO							
	-3	-2	-1	0	1	2	3	TOTAL
Desechos Reciclables			x					-1
Contaminación del Aire				x				0
Sustancias Tóxicas				x				0
TOTAL			-1	0				-1

**ELABORADO POR:** El Autor

$$NIVEL DE IMPACTO = \frac{-1}{2}$$

$$NIVEL DE IMPACTO = -0,33$$

*NIVEL DE IMPACTO = IMPACTO NEGATIVO BAJO*

#### **Análisis:**

##### **Desechos Reciclables**

Los desechos tales como plástico se separaran buscando el reciclaje correcto de los mismos, con el fin de evitar niveles de contaminación.

##### **Contaminación del Aire**

Al analizar la contaminación del aire, se percibe un bajo impacto negativo, ya que si respetamos los niveles de ruido permitidos no se afectaría a la tranquilidad de la comunidad.

##### **Sustancias Tóxicas**

En cuanto a los desechos tóxicos que se obtienen de los insumos usados que quedan dentro de los envases, su debido tratamiento depende de la empresa recicladora; mientras que los residuos que se mandan por el alcantarillado su impacto es mínimo.

## 7.2.4 Impacto General

**Tabla 77: Impacto General**

INDICADORES	NIVEL DE IMPACTO							
	-3	-2	-1	0	1	2	3	TOTAL
Impacto Económico							X	3
Impacto Social							X	3
Impacto ambiental			X					-1
TOTAL			-1				6	5

ELABORADO POR: El Autor

$$NIVEL DE IMPACTO = \frac{5}{3}$$

$$NIVEL DE IMPACTO = 1,7$$

*NIVEL DE IMPACTO = IMPACTO POSITIVO MEDIO*

### **Análisis:**

La creación del proyecto es favorable debido a los cambios positivos que realizara en el aspecto económico y social ya que generara fuentes de empleo para las personas que formen parte de la empresa, permitiendo obtener ingresos beneficiosos que ayudan a cubrir las necesidades de cada familia, lo que contribuye a tener una mejor calidad de vida.

Además el proyecto contribuye al desarrollo económico del sector Los Ceibos de la Ciudad de Ibarra y tendrá un mínimo impacto ambiental ya que se tomaran las medidas correctas para no afectar la tranquilidad de la comunidad.

## CONCLUSIONES

- Al realizar el Diagnostico Situacional se logró determinar los aliados, oponentes, oportunidades y riesgos, además de las condiciones favorables que influyen en la gestión e implementación de este proyecto.
- El desarrollo del Marco Teórico permitió conocer temas que fueron de gran ayuda, ya que se detalló conceptos y términos que se manejaron a lo largo del presente trabajo de investigación, justificando que existen las suficientes bases teóricas que sustentan el proyecto.
- En el Estudio de Mercado se realizó un análisis que permitió determinar la oferta existente en este mercado, la demanda que tiene este servicio y el precio más conveniente y favorable del mismo, los cuales son factores determinantes para la implementación de la empresa dedicada a la prestación del servicio de gimnasio.
- En el Estudio Técnico realizado se determinó el lugar estratégico para realizar el proyecto, el mismo que cumple con condiciones favorables para la implantación de la empresa, además se estableció el monto de inversión requerido, la maquinaria y equipo necesario para la efectiva ejecución del proyecto.
- Al analizar la parte financiera se pudo demostrar la factibilidad del proyecto de investigación, a través de la evaluación de los indicadores financieros se logró conocer que al invertir en esta idea de negocio se obtendrá ganancias y beneficios económicos.
- En el estudio organizacional se estableció el nombre que llevara la empresa, las bases filosóficas que le darán una identidad a la empresa, la constitución legal, además se determinó la estructura organizacional y un manual de funciones que describen las responsabilidades y obligaciones de cada persona que forme parte de la organización.

- Finalmente se analizó los impactos económicos, sociales y ambientales, que provocara la implantación del presente proyecto, concluyendo que el impacto será positivo medio.

## RECOMENDACIONES

- Se recomienda la implantación del presente proyecto de investigación, de tal forma que se aproveche las condiciones favorables que ofrece un sector con mucha actividad económica como es Los Ceibos.
- Realizar un análisis de las fuentes teóricas, ya que son la base y el sustento de este y cualquier otro proyecto de investigación, es lo que realmente hace posible la puesta en marcha de esta idea de negocio.
- Analizar la oferta, demanda y precios con el objetivo de conocer si han cambiado, aplicar constantemente estrategias que ayuden a conseguir nuevos clientes, y formar en la mente del cliente un nuevo concepto de estilo de vida lleno de ejercicio y alimentación nutritiva.
- Es necesario que la infraestructura cuente con las adecuaciones necesarias, implementos, máquinas y accesorios modernos, de tal forma que los clientes se sientan satisfechos con las instalaciones y el servicio brindado, lo que se verá reflejado en la rentabilidad del negocio.
- Controlar periódicamente las finanzas de la empresa, principalmente ingresos, costos y gastos con la finalidad de que no exista un despilfarro de dinero.
- Aplicar estrategias y técnicas que ayuden a lograr los objetivos planteados, motivar y capacitar al personal ya que de ellos depende la satisfacción del cliente y el crecimiento de la empresa.
- Potenciar los impactos positivos tanto económicos como sociales, y analizar los impactos negativos con el propósito de mitigarlos y de ser posible eliminarlos,

## BIBLIOGRAFÍA

- Besterfield, D. H. (2009). Control de Calidad Octava Edición . En D. H. Besterfield, *Control de Calidad Octava Edición* (pág. 552). México : Pearson Educación .
- Chaín, N. S. (2011). Proyectos de Inversión: Formulación y Evaluación . En N. S. Chaín, *Proyectos de Inversión: Formulación y Evaluación* (pág. 544). Chile: Pearson Educación.
- CODIFICACION, C. L. (5 de Noviembre de 1999). *LEY DE COMPAÑIAS*. Obtenido de [http://www.oas.org/juridico/pdfs/mesicic4\\_ecu\\_comp.pdf](http://www.oas.org/juridico/pdfs/mesicic4_ecu_comp.pdf)
- definiciona.com. (21 de septiembre de 2016). *definiciona, definición y etimología*. Obtenido de <https://definiciona.com/gimnasio/>
- Edgar Ortegón, J. F. (2008). Metodología general de identificación, preparación y evaluación de proyectos de inversión pública. Santiago de Chile : Naciones Unidas, Santiago de Chile.
- Elbar Ramírez, M. C. (2010). Proyectos de inversión competitivos. Colombia: Impresora Feriva S.A.
- Fuentes, M. G. (Diciembre de 14 de 2012). Obtenido de 15 fuentes de financiamiento: <https://www.entrepreneur.com/article/265654>
- García, G. L. (14 de Septiembre de 2012). *Fundamentos de Gestión Empresarial*. Obtenido de <http://es.slideshare.net/natalianunezgomez1/concepto-e-importancia-de-empresa>
- GARY ARMSTRONG, P. K. (2013). Fundamentos de marketing. Decimo primera edición. México: Pearson Education, Inc.
- Greco, O. (2008). Diccionario de finanzas (2a. ed.). Argentina: Valletta Ediciones.

guest4f6930. (17 de septiembre de 2007). *Tipos De Financiamiento* . Obtenido de <http://es.slideshare.net/guest4f6930/tipos-de-financiamiento>

Habana, U. d. (2009). *Metodología, Métodos y Técnicas de Investigación Social II*. En: *Selección de Guías de Estudio: Estudios Socioculturales*. Editorial Universitaria .

Heredia, M. d. (2011). *Derecho Mercantil y Societario*. Sexta Edición. Quito: GAMAGRAFIC.

Ibarra, G. (2016). *Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal San miguel de Ibarra*. Obtenido de <https://www.touribarra.gob.ec/esp/index.php/oferta/atractivos-turisticos/parroquias>

KOTLER, P. (2013). *Fundamentos de marketing*. En G. ARMSTRONG. México: PEARSON EDUCACIÓN.

Martínez Gabarrón, A. (2012). *Análisis y desarrollo de proyectos en la ingeniería alimentaria*. ECU .

Naresh K Malhotra. (2008). *INVESTIGACIÓN DE MERCADOS*. Quinta edición. México: PEARSON EDUCACIÓN.

Nassir Sapag Chain, R. S. (2008). *Preparación y evaluación de proyectos*. Quinta edición. Colombia: McGraw-Hill Interamericana S.A.

*Normas Internacionales de Contabilidad*. (2005). Obtenido de NIC-NIF: <http://www.normasinternacionalesdecontabilidad.es/nic/nic.htm>

Organización Mundial de la Salud. (2017). *Organización Mundial de la Salud*. Obtenido de <http://www.who.int/topics/nutrition/es/>

Organización Mundial de la Salud. (febrero de 2017). *Organización Mundial de la Salud* .

Obtenido de <http://www.who.int/mediacentre/factsheets/fs385/es/>

Padilla, M. C. (2011). *Formulación y evaluación de proyectos*. Colombia: Ecoe Ediciones.

Salud y Bienestar. (2017). *Salud y Bienestar*. Obtenido de <https://lasaludi.info/por-que-es-importante-gimnasio.html>

SI – DIRECCIÓN DE MÉTODOS, A. E. (21 de Febrero de 2014). *SENPLADES - Secretaria Nacional de Planificación y Desarrollo*. Obtenido de [http://app.sni.gob.ec/sni-link/sni/Portal%20SNI%202014/FICHAS%20F/1001\\_IBARRA\\_IMBABURA.pdf](http://app.sni.gob.ec/sni-link/sni/Portal%20SNI%202014/FICHAS%20F/1001_IBARRA_IMBABURA.pdf)

SpainFitness. (2008). *SpainFitness*. Obtenido de

<http://www.spainfitness.com/entrenamiento/articulo/que-debe-tener-un-buen-gimnasio.html>

Tirado, D. M. (2013). *Fundamentos de Marketing*. Primera edición . Publicacions de la Universitat Jaume I.

Urbina, G. B. (2010). *EVALUACIÓN DE PROYECTOS Sexta edición*. Mexico D.F.: McGRAW-HILL/INTERAMERICANA.

Urbina, G. B. (2011). *Evaluación de Proyectos* . En G. B. Urbina, *Evaluación de Proyectos* (pág. 105). Mexico: McGraw-Hill.

Valencia, J. G. (9 de Agosto de 2013). *educación física*. Obtenido de

<http://juliangonzalezvalenciapm.blogspot.com/2013/08/sedentarismo.html>

Vásquez, L. S. (29 de Marzo de 2011). *Investigación y tipos de investigación* . Obtenido de <http://es.slideshare.net/lili369/investigacin-y-tipos-de-investigacin>



# ANEXOS

UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE  
 FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS  
 CARRERA DE INGENIERÍA COMERCIAL

**Encuesta aplicada a adolescentes, jóvenes y adultos de la ciudad de Ibarra**

**Objetivo:**

Realizar un estudio de la demanda de los servicios que oferta un gimnasio y determinar la factibilidad para la creación de una empresa que brinde este servicio.

**Instrucciones:**

Lea detenidamente cada pregunta antes de contestarla.

Marque con una X , según corresponda su respuesta. **Glosario:**

**Gimnasio:** Es un lugar que permite realizar deporte y ejercicio en un recinto cerrado.

**Pilates:** Este sistema de ejercicio utiliza actividades de estiramiento y fortalecimiento en un trabajo pasivo pero completo que involucra el cuerpo y la mente con ejercicios suaves pero intensos.

**Pole Dance:** Es una disciplina que requiere fuerza, coordinación y mucha sensualidad para realizar los movimientos.

**Cuestionario:**

**Genero**

Masculino	<input type="checkbox"/>
Femenino	<input type="checkbox"/>

1.- **¿Actualmente Ud. realiza algún tipo de actividad física?**

Si	<input type="checkbox"/>
No	<input type="checkbox"/>

2.- **¿Actualmente Ud. asiste a un gimnasio?**

Si	<input type="checkbox"/>
No	<input type="checkbox"/>

3.- **¿Cuál es la razón por las que usted no asistiría a un gimnasio? (Una sola opción)**

Por falta de tiempo	Falta de gimnasios	<input type="checkbox"/>
Por falta de dinero	Mala atención	<input type="checkbox"/>
Por falta de interés	Por mala instrucción	<input type="checkbox"/>

4.- **¿De los servicios que brinda un gimnasio cual le gustaría utilizar?**

Aeróbicos	Bailoterapia	<input type="checkbox"/>
Pesas	Nutrición y dietas	<input type="checkbox"/>
Máquinas de cardio	Máquinas de musculación	<input type="checkbox"/>
Pilates	Pole Dance (Baile del Tubo)	<input type="checkbox"/>

5.- **Escoja el factor que considera más importante que debe tener un gimnasio.**

Buen servicio		Variedad en servicios	
Ambiente agradable		Precios cómodos	
Ubicación		Profesionalismo del personal	
Variedad de rutinas		Disponibilidad de maquinas	

6.- **¿Con qué frecuencia acude al gimnasio?**

Diariamente		Cada dos semanas	
Tres veces a la semana		Una vez al mes	
Una vez a la semana		Cada dos meses	

7.- **¿En qué horario asiste al gimnasio?**

De 6:00am a 8:00am		De 1:00pm a 3:00pm	
De 8:00am a 11:00am		De 3:00pm a 6:pm	
De 11:00am a 1:00pm		De 6:00pm a 9:00pm	
Ninguno			

8.- **¿Cuánto estaría dispuesto a pagar en promedio diario por los servicios del gimnasio?**

De \$2 a \$3	
De \$3 a \$4	
De \$4 a \$5	

9.- **¿Si se implementara el nuevo gimnasio, estaría Ud. dispuesto a asistir?**

Si	
No	

10.- **¿En qué medio publicitario le gustaría que se promocione los servicios de un gimnasio?**

Televisión	
Radio	
Prensa Escrita	
Redes Sociales	

**Gracias por su colaboración**

**UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE**  
**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS**  
**CARRERA DE INGENIERÍA COMERCIAL**

Encuesta aplicada a propietarios de gimnasios de la ciudad de Ibarra

**Instrucciones:**

Lea detenidamente cada pregunta antes de contestarla.

Marque con una X , según corresponda su respuesta.

**1.- ¿Qué servicios oferta su gimnasio?**

Aeróbicos	
Pesas	
Máquinas de cardio	
Pilates	
Bailoterapia	
Nutrición y dietas	
Máquinas de musculación	
Pole Dance (Baile del Tubo)	

**2.- La jornada laboral es:**

Completa	
Parcial	

**3.- ¿En qué horario Ud. considera que asisten más clientes?**

Mañana	
Tarde	
Noche	

**4.- ¿Cuántas personas promedio acuden diariamente al gimnasio?**

De 10 a 20	
De 20 a 50	
De 50 a 100	
De 100 a 200	
Más de 200	

**5.- ¿Con cuántos empleados en total cuenta su empresa?**

1	
2	
3	
4 ó más	

**6.- El personal que labora en su empresa se encuentra afiliado al Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social (IESS)?**

SI	
NO	

**7.- ¿Cómo determina el precio de los servicios ofertados?**

Costos	
Referencias del mercado	

**8.- ¿Con qué capital realizó la instalación del negocio?**

Financiamiento	
Propio	
Financiamiento/propio	

**9.- Los equipos e insumos del gimnasio dónde fueron adquiridos.**

Ibarra	
Quito	
Guayaquil	
Importado	

**10.- El local donde funciona su empresa es:**

Propio	
Arenado	

**11.- ¿Qué mecanismos de publicidad utiliza?**

Hojas volantes	
Tarjetas	
Radio	
Prensa	
Televisión	
Sitios web	
Redes Sociales	

**Gracias por su colaboración**

# PROFORMAS









## AURUS VITAURO CIA LTDA.

Matriz: Guayaquil, CDLA. COMEGUA MZ. B SOLAR #13 Sucursal Quito : AV. INCA ES-53 E ISLA SEYMOUR  
 Ruc: 0992479256001 Telefonos GYE: 22133200/22133114/22133029 Telefonos UIO: 025136257 - 022405814  
 Fecha: 07/11/2016 13:00:51

### Cotizacion # 7462

Fecha: 07/11/2016

Empresa:	Email: J2DAVIDERA1513@GMAIL.COM	RUC:
Atencion: SR JESUS ERAZO	Telefono: 0982622589	

Cod Prod	Cant.	Nombre	Imagen	Red.	P.V.P Unit.	%Desc	\$Desc.	\$Tot-Des	Total
I 023	1.00	BARRA 023-CABO DE TRICEP - 023		002	20.18	10.00	2.02	18.16	20.18
I 030R	1.00	BARRA M C/CAUCHO - 030R		002	42.11	10.00	4.21	37.89	42.11
I 041R	1.00	BARRA BICEPS RECTA C/CAUCHO - 041R		002	29.82	10.00	2.98	26.84	29.82
I 044R	2.00	BARRA TRIANGULO CON CAUCHO - 044R		003	29.82	10.00	5.96	53.68	59.65
I 046R	2.00	BARRA DE REMO C/CAUCHO - 046R		003	31.58	10.00	6.32	56.84	63.16
I 80-531	1.00	BICICLETA SPINNING SPORTECH 80-531		001	625.00	10.00	62.50	562.50	625.00
I ANILLO OLIM	1.00	ANILLO OLIMPICO		002	57.02	10.00	5.70	51.32	57.02
I BALN 10	1.00	BALON SPORTECH 10LBS		002	57.02	10.00	5.70	51.32	57.02











# VITAURO CIA LTDA.

Madre Guayaquil: CDLA. COMEGUA MZ. B SOLAR #13 Sucursal Quito : AV. INCA ES-53 E ISLA SEYMOUR  
 Ruc: 0992479256001 Telefonos GYE: 22133200/22133114/22133029 Telefonos UID: 025136257 - 022405814  
 Fecha: 07/11/2016 13:00:51

## Cotizacion # 7462

Fecha: 07/11/2016

Empresa:	Email: J2DAVIDERA1513@GMAIL.COM	RUC:
Atencion: SR JESUS ERAZO	Telefono: 0982622589	

Cod Prod	Cant.	Nombre	Imagen	Box	P.V.P Unit.	%Desc	\$Desc.	\$Tot-Des	Total
I BALN 20	1.00	BALON SPORTECH 20LBS		001	65.79	10.00	6.58	59.21	65.79
I BARRA 2850	2.00	BARRA 2850S		001	40.18	10.00	8.04	72.32	80.35
I BOLASYOGA	5.00	BOLAS PARA YOGA 65CM		002	27.19	10.00	13.60	122.37	135.96
I BOZ	2.00	BARRA OLIMPICA Z		001	71.93	10.00	14.39	129.47	143.86
I CINTURONFC	2.00	CINTURON DE FONDO		001	44.64	10.00	8.93	80.35	89.28
I CN1L	1.00	CINTURON TALLA L		001	13.39	0.00	0.00	13.39	13.39
I CN1M	1.00	CINTURON TALLA M		001	6.25	0.00	0.00	6.25	6.25
I CN1S	1.00	CINTURON TALLA S		001	6.25	0.00	0.00	6.25	6.25







# VITAURO CIA LTDA.

Madre Guayaquil: CDLA. COMEGUA MZ. B SOLAR #13 Sucursal Quito : AV. INCA ES-53 E ISLA SEYMOUR  
 Ruc: 0992479256001 Telefonos GYE: 22133200/22133114/22133029 Telefonos UID: 025136257 - 022405814  
 Fecha: 07/11/2016 13:00:51

## Cotizacion # 7462

Fecha: **07/11/2016**

Empresa:	Email: J2DAVIDERA1513@GMAIL.COM	RUC:
Atencion: SR JESUS ERAZO	Telefono: 0982622589	

Cod Prod	Cant.	Nombre	Imagen	Bod.	P.V.P Unit.	%Desc.	\$Desc.	\$Tot-Des	Total
I COL1	4.00	COLCHONETAS		001	21.49	10.00	8.60	77.37	85.96
I COLACTIVEU	10.00	COLCHONETA ACTIVE LIFE		002	27.19	10.00	27.19	244.74	271.93
I CROSSFIT 88	1.00	ELIPTICA CROSSFIT 88		001	2,019.30	10.00	201.93	1,817.37	2,019.30
I DOH10KG	10.00	DISCO OLIMPICO HIERRO 3GRUP 10KG		002	31.46	10.00	31.46	283.11	314.56
I DOH15KG	6.00	DISCO OLIMPICO HIERRO 3GRUP 15KG		003	47.18	10.00	28.31	254.79	283.11
I DOH2.5KG	6.00	DISCO OLIMPICO HIERRO 3GRUP 2.5KG		001	7.86	10.00	4.72	42.44	47.16
I DOH20KG	8.00	DISCO OLIMPICO HIERRO 3GRUP 20KG		002	62.91	10.00	50.33	452.97	503.30
I FT6805	2.00	ELIPTICA SPORTECH FT6805		002	1,354.02	20.00	541.61	2,166.43	2,708.04





# VITAURO CIA LTDA.

Matriz Guayaquil: CDLA. COMEQUIA MZ. B SOLAR #13 Sucursal Quito : AV. INCA ES-53 E ISLA SEYMOUR  
 Ruc: 0992479256001 Telefonos GYE: 22133200/22133114/22133029 Telefonos UID: 025136257 - 022405814  
 Fecha: 07/11/2016 13:00:51

## Cotizacion # 7462

Fecha: 07/11/2016

Empresa:	Email: J2DAVIDERA1513@GMAIL.COM	RUC:
Atencion: SR JESUS ERAZO	Telefono: 0982622589	

Cod Prod	Cant.	Nombre	Imagen	Box.	P.V.P Unit.	%Desc	\$Desc.	\$Tot Des	Total
I GL-600	1.00	BICICLETA SPINNING - GL-600		002	638.39	10.00	63.84	574.56	638.39
I JB-7600	1.00	CAMINADORA SPORTECH JB-7600		002	4,142.86	20.00	828.57	3,314.29	4,142.86
I K1MA10	1.00	KETTLEBELL DE 10 LBS		002	16.96	10.00	1.70	15.27	16.96
I K1MA15	1.00	KETTLEBELL DE 15LBS		001	25.53	10.00	2.55	22.97	25.53
I K1MA20	1.00	KETTLEBELL DE 20LBS		001	33.93	10.00	3.39	30.54	33.93
I K1MA30	1.00	KETTLEBELL DE 30LBS		002	50.89	10.00	5.09	45.81	50.89
I MAJA1KG	4.00	PAR DE MANCUERNA 1KG/VINIL -MAJA1KG		003	9.21	10.00	3.68	33.16	36.84
I MAJA2KG	4.00	PAR DE MANCUERNA 2KG/VINIL -MAJA2KG		002	14.91	10.00	5.96	53.68	59.65



# VITAURO CIA LTDA.

Matriz Guayaquil: CDLA. COMEGUA MZ. B SOLAR #13 Sucursal Quito : AV. INCA ES-53 E ISLA SEYMOUR  
 Ruc: 0992479256001 Telefonos GYE: 22133200/22133114/22133029 Telefonos UID: 025136257 - 022405814  
 Fecha: 07/11/2016 13:00:51

## Cotizacion # 7462

Fecha: 07/11/2016

Empresa:	Email: J2DAVIDERA1513@GMAIL.COM	RUC:
Atencion: SR JESUS ERAZO	Telefono: 0982622589	

Cod Prod	Cant.	Nombre	Imagen	Bod.	P.V.P Unit.	%Desc	\$Desc.	\$Tot-Des	Total
I MAIA3KG	4.00	PAR DE MANCUERNA 3KG/VINIL -MAIA3KG		002	21.93	10.00	8.77	78.95	87.72
I MAIA4KG	4.00	PAR DE MANCUERNA 4KG/VINIL -MAIA4KG		002	29.02	10.00	11.61	104.46	116.07
I MAIA5KG	4.00	PAR DE MANCUERNA 5KG/VINIL -MAIA5KG		002	36.16	10.00	14.46	130.17	144.63
MC100	1.00	EXTENSION - MC100		003	1,635.09	15.00	245.26	1,389.83	1,635.09
MC101	1.00	FEMORAL ACOSTADO 150LBS		002	1,613.16	15.00	241.97	1,371.19	1,613.16
MC103	1.00	PRENSA ATLETICA - MC103		002	1,560.53	15.00	234.08	1,326.45	1,560.53
MC105	1.00	ADUCTORES - MC105		002	1,509.60	15.00	226.44	1,283.16	1,509.60
MC106	1.00	ABDUCTORES - MC106		002	1,509.60	15.00	226.44	1,283.16	1,509.60



# VITAURO CIA LTDA.

Matriz Guayaquil: CDLA. COMEGUA MZ. B SOLAR #13 Sucursal Quito : AV. INCA ES-53 E ISLA SEYMOUR  
Ruc: 0992479256001 Telefonos GYE: 22133200/22133114/22133029 Telefonos UIO: 025136257 - 022405814  
Fecha: 07/11/2016 13:00:51

## Cotizacion # 7462

Fecha: 07/11/2016

Empresa:	Email: J2DAVIDERA1513@GMAIL.COM	RUC:
Atencion: SR JESUS FRAZO	Telefono: 0982622580	

Cod Prod	Cant.	Nombre	Imagen	Bxd.	P.V.P Unit.	%Desc	\$Desc.	\$Tot-Des	Total
MC116	1.00	GLUTEOS VERTICAL - MC116		002	1,581.58	15.00	237.24	1,344.34	1,581.58
MC120	1.00	PANTORRILLERA PARADA - MC120		002	1,623.68	15.00	243.55	1,380.13	1,623.68
MC124	1.00	BARRA T - MC124		002	707.02	15.00	106.05	600.97	707.02
MC125	1.00	POLEA ALTA - MC125		002	1,478.07	15.00	221.71	1,256.36	1,478.07
MC126	1.00	POLEA BAJA - MC126		002	1,582.46	15.00	237.37	1,345.09	1,582.46
MC127	1.00	POLEA GEMELA HORIZONTAL - MC127		002	2,775.44	15.00	416.32	2,359.12	2,775.44
MC131	1.00	POLEA ALTA Y BAJA - MC131		002	1,623.68	15.00	243.55	1,380.13	1,623.68
MC144	1.00	PECKDECK + DELTOIDES - MC144		002	1,639.47	15.00	245.92	1,393.55	1,639.47











# VITAURO CIA LTDA.

Matriz Guayaquil: CDLA. COMEGUA MZ. B SOLAR #13 Sucursal Quito : AV. INCA ES-53 E ISLA SEYMOUR  
 Ruc: 0992479256001 Telefonos GYE: 22133200/22133114/22133029 Telefonos UIO: 025136257 - 022406814  
 Fecha: 07/11/2016 13:00:51

## Cotizacion # 7462

Fecha: 07/11/2016

Empresa:	Email: J2DAVIDERA1513@GMAIL.COM	RUC:
Atencion: SR JESUS ERAZO	Telefono: 0982622580	

Cod Prod	Cant.	Nombre	Imagen	Box.	P.V.P	Unid.	%Desc	\$Desc.	\$Tot-Des	Total
MC160	2.00	HOMBROS SENTADOS - MC160		002	1,550.00		15.00	465.00	2,635.00	3,100.00
MC165	1.00	ABDOMINALES CON PLACAS- MC165		002	1,582.46		15.00	237.37	1,345.09	1,582.46
MC166	1.00	FONDO DE PARALELAS - MC166		002	612.28		15.00	91.84	520.44	612.28
MC170	1.00	PREDICADOR CON PLACAS 170LBS- MC170		002	1,623.68		15.00	243.55	1,380.13	1,623.68
MC201	1.00	RACK DE SENTADILLAS - MC201		001	842.98		15.00	126.45	716.53	842.98
MC204	1.00	SQUASH DE SENTADILLAS - MC204		001	1,550.00		15.00	232.50	1,317.50	1,550.00
MC205	1.00	PANTORRILLERA SENTADA - MC205		002	600.00		15.00	90.00	510.00	600.00
MC220	1.00	BANCO DE PECHO PLANO OLIMPICO-MC220		002	591.23		15.00	88.68	502.55	591.23





# VITAURO CIA LTDA.

Matriz: Guayaquil: CDLA. COMEGUA MZ. B SOLAR #13 Sucursal Quito : AV. INCA ES-53 E ISLA SEYMOUR  
 Ruc: 0992479256001 Telefonos GYE: 22133200/22133114/22133029 Telefonos UIO: 025136257 - 022405814  
 Fecha: 07/11/2016 13:00:51

## Cotizacion # 7462

Fecha: 07/11/2016

Empresa:	Email: J2DAVIDERA1513@GMAIL.COM	RUC:
Atencion: SR. JESUS ERAZO	Telefono: 0982622589	

Cod Prod	Cant.	Nombre	Imagen	Red.	P.V.P Unit.	%Desc	\$Desc.	\$Tot Des	Total
MC221	1.00	BANCO PECHO INCLINADO OLIMPIC-MC221		001	656.14	15.00	98.42	557.72	656.14
MC222	1.00	BANCO PECHO DECLINADO OLIMPIC-MC222		002	635.09	15.00	95.26	539.83	635.09
MC230	1.00	GIRO CINTURA - MC230		002	337.72	15.00	50.66	287.06	337.72
MC235	1.00	SILLA ROMANA - MC235		002	510.53	15.00	76.58	433.95	510.53
MC240	1.00	TABLA DE ABDOMINALES - MC240		002	509.65	15.00	76.45	433.20	509.65
MC245	2.00	PREDICADOR - MC245		002	510.53	15.00	153.16	867.90	1,021.06
MC246	2.00	PORTA DISCOS - MC246		002	318.42	15.00	95.53	541.31	636.84
MC247	2.00	PORTA MANCUERNAS - MC247		002	509.65	15.00	152.89	866.41	1,019.30



# VITAURO CIA LTDA.

Madre Guayaquil: CDLA. COMEGUA MZ. B SOLAR #13 Sucursal Quito : AV. INCA ES-53 E ISLA SEYMOUR  
Ruc: 0992479256001 Telefonos GYE: 22133200/22133114/22133029 Telefonos UIO: 025136257 - 022405814  
Fecha: 07/11/2016 13:00:51

## Cotizacion # 7462

Fecha: 07/11/2016

Empresa:	Email: J2DAVIDERA1513@GMAIL.COM	RUC:
Atencion: SR. JESUS ERAZO	Telefono: 0982622589	

Cod Prod	Cant.	Nombre	Imagen	Box.	P.V.P Unit.	%Desc	\$Desc.	\$Tot-Des	Total
MC250	2.00	BANCO MULTIPLE REGULABLE- MC250		002	510.00	15.00	153.00	867.00	1,020.00
MC252	2.00	BANCO PARA HOMBROS - MC252		002	255.00	15.00	76.50	433.50	510.00
MC253	2.00	BANCO PLANO - MC253		002	257.00	15.00	77.10	436.90	514.00
MC310	1.00	HAMMER DE HOMBROS - MC310		001	926.32	15.00	138.95	787.37	926.32
MC315	1.00	HAMMER ABDOMINALES ACOSTADO - MC315		002	821.93	15.00	123.29	698.64	821.93
I MEN10	4.00	MANCUERNAS DE HIERRO DE 10LBS		002	14.29	10.00	5.72	51.44	57.16
I MEN15	4.00	MANCUERNAS DE HIERRO DE 15LBS		001	21.43	10.00	8.57	77.15	85.72
I MEN20	4.00	MANCUERNAS DE HIERRO DE 20LBS		001	28.57	10.00	11.43	102.85	114.28











# VITAURO CIA LTDA.

Matriz Guayaquil: CDLA. COMEGUA MZ. B SOLAR #13 Sucursal Quito : AV. INCA ES-53 E ISLA SEYMOUR  
 Ruc: 0992479256001 Telefonos GYE: 22133200/22133114/22133029 Telefonos UIO: 025136257 - 022405814  
 Fecha: 07/11/2016 13:00:51

## Cotizacion # 7462

Fecha: **07/11/2016**

Empresa:	Email: J2DAVIDERA1513@GMAIL.COM	RUC:
Atencion: SR. JESUS ERAZO	Telefono: 0982622589	

Cod Prod	Cant.	Nombre	Imagen	Box.	P.V.P Unit.	%Desc.	\$Desc.	\$Tot Des	Total
I MEN30	4.00	MANCUERNAS DE HIERRO DE 30LBS		001	42.86	10.00	17.14	154.29	171.44
I MEN35	4.00	MANCUERNAS DE HIERRO DE 35LBS		001	50.00	10.00	20.00	180.00	200.00
I MEN40	4.00	MANCUERNAS DE HIERRO DE 40LBS		001	57.14	10.00	22.86	205.71	228.56
I MEN45	4.00	MANCUERNAS DE HIERRO DE 45LBS		001	64.29	10.00	25.72	231.44	257.16
I MEN5	4.00	MANCUERNAS DE HIERRO DE 5LBS		001	7.14	10.00	2.86	25.71	28.56
I MEN50	2.00	MANCUERNAS DE HIERRO DE 50LBS		001	71.43	10.00	14.29	128.57	142.86
I MEN60	2.00	MANCUERNAS DE HIERRO DE 60LBS		001	85.71	10.00	17.14	154.28	171.42
I MEN70	2.00	MANCUERNAS DE HIERRO DE 70LBS		001	100.00	10.00	20.00	180.00	200.00



# VITAURO CIA LTDA.

Matriz: Guayaquil: CDLA. COMEQUIA MZ. B SOLAR #13 Sucursal Quito : AV. INCA ES-53 E ISLA SEYMOUR  
 Ruc: 0992479256001 Telefonos GYE: 22133200/22133114/22133029 Telefonos UID: 025136257 - 022405814  
 Fecha: 07/11/2016 13:00:51

## Cotizacion # 7462

Fecha: **07/11/2016**

Empresa:	Email: J2DAVIDERA1513@GMAIL.COM	RUC:
Atencion: SR JESUS ERAZO	Telefono: 0982622589	

Cod Prod	Cant.	Nombre	Imagen	Bxd.	P.V.P Unit.	%Desc.	\$Desc.	\$Tot-Des	Total
I MEN80	2.00	MANCUERNAS DE HIERRO DE 80LBS.		001	114.29	10.00	22.86	205.72	228.58
I PGI	10.00	PLANCHA DE PISO DE CAUCHO DE 9MM		002	87.50	15.00	131.25	743.75	875.00
I PUSHUP	2.00	PUSH UP		002	26.32	10.00	5.26	47.37	52.63
I RUNFIT 87-3	1.00	CAMINADORA SPORTTECH RUNFIT 87-3HP		002	3,482.14	15.00	522.32	2,959.82	3,482.14
I TRX	1.00	TRX		002	137.50	10.00	13.75	123.75	137.50

Son: Cincuenta Y Tres Mil Trescientos Ochenta Y Siete 42/100 dolares

Subtotal: 59,975.53

**Cotización Válida por: 15 día(s).**

Descuento: 8,920.94

Comentario: EQUIPOS DE GIMNASIO

Iva 14: 2,332.83

Total: 53,387.42

### Datos del Vendedor

Vendedor: LCDA. MARISOL MERCHAN (MMERCHAN)  
 Email: tauroventas2009@hotmail.com  
 Telf: 0993904463 / 042133200 EXT 16



**CATALOGO DE EQUIPOS GYMTEK 2017**



**CRUCE DE POLEAS 2900 USD**



**JAULA SMITH 1400 USD**



**POLEA ALTA 1850 USD**



**ABDUCTORES**

NOTA: TAPIZADO EN NEGRO

**ABDUCTORES: 1850 USD**



**ADDUCTORES**

**ADDUCTORES: 1850 USD**



**PECTORAL AEREO**

NOTA: TAPIZADO EN NEGRO

**PECTORAL AEREO: 1850 USD**



**PANTORRILLAS**

**PANTORRILLAS: 1850 USD**



**FEMORAL PARADO**



**POLEA BAJA**



**PRENSA PIERNAS**

NOTA: TAPIZADO EN NEGRO

**FEMORAL PARADO: 2100 USD**

**POLEA BAJA: 1850 USD**

**PRENSA DE PIERNAS: 1400 USD**



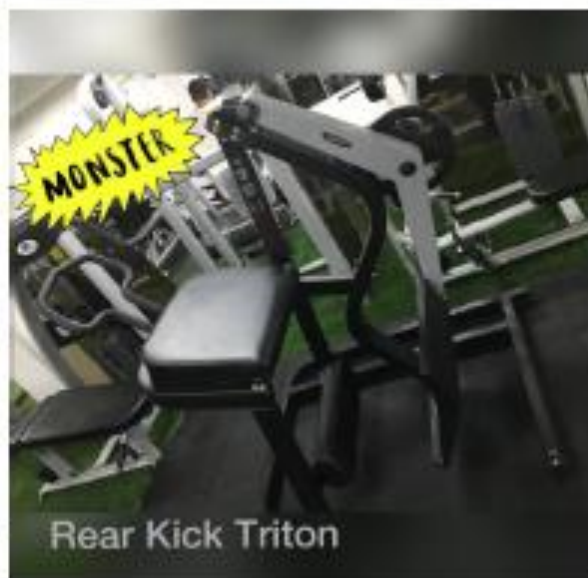
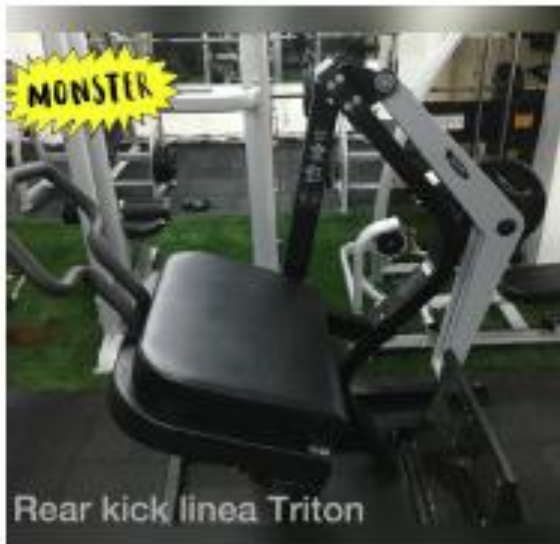
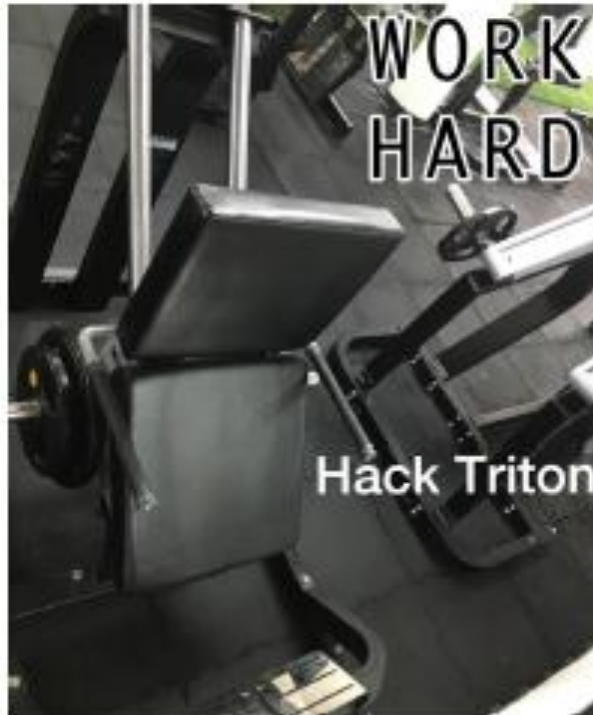
NOTA: TAPIZADO EN NEGRO

**PREDICADOR: 320 USD**

**BANCO ROMANO: 350 USD**

**RACK DE MANCUERNAS: 420 USD**

**BANCO AJUSTABLE: 290 USD**



**LINEA TRITON : 2199 USD**



**LINEA TRITON : 2199 USD**