



**UNIVERSIDAD DE ESPECIALIDADES ESPÍRITU SANTO**

**FACULTAD DE ECONOMÍA Y CIENCIAS EMPRESARIALES**

**PLAN DE NEGOCIOS: BODY FITNESS GYM**

**TRABAJO DE TITULACIÓN QUE SE PRESENTA COMO REQUISITO PREVIO A  
OPTAR EL GRADO DE:**

**INGENIERO EN CIENCIAS EMPRESARIALES**

**NOMBRE DEL ESTUDIANTE:**

**MANUEL ALEXANDER VÁSCONEZ ZAMBRANO**

**NOMBRE DEL TUTOR:**

**ECON. CHRISTIAN ROSERO BARZOLA**

**SAMBORONDÓN, SEPTIEMBRE, 2014**

## Contenido

1.	Índice General.....,	2
2.	Justificación.....	5
3.	Problema a resolver.....	7
4.	Objetivo.....	9
4.1	Objetivo General.....	9
4.2	Objetivo Especifico.....	9
5.	Resumen Ejecutivo.....	9
6.	Misión y Visión.....	11
6.1	Misión.....	11
6.2	Visión.....	11
7.	Metas.....	11
8.	Viabilidad legal (permisos, licencias, registro de marcas).....	12

9.	Análisis de mercados.....	14
9.1	Mercado Objetivo.....	14
9.2	Análisis PESTAL.....	22
9.3	Análisis FODA.....	24
9.4	Análisis de las 4 Ps.....	24
9.5	Análisis de la demanda y oferta.....	28
9.6	Estrategia de diferenciación.....	29
9.7	Acciones de promoción.....	30
9.8	Canal de distribución.....	31
10.	Análisis Operativo. ....	31
10.1	Localización y descripción de las instalaciones. ....	31
10.2	Método de producción.....	32

10.3	Capacidad instalada.....	32
10.4	Cadena de Valor.....	33
10.5	Talento humano.....	34
11.	Análisis Financiero. ....	35
11.1	Estados de resultados proyectados a 5 años.....	35
11.2	Flujo de caja proyectado a 5 años.....	36
11.3	Análisis del punto de equilibrio.....	36
11.4	Análisis de sensibilidad (dos escenarios 10.1 y 10.2).....	38
11.5	Análisis de Tasa interna de retorno, índice de rentabilidad, Valor actual neto, Retorno de la inversión.....	40
12.	Viabilidad del proyecto.....	43
13.	Bibliografía.....	45
14	Anexos.....	46

## 2 Justificación

El sedentarismo es una de las mayores causas del aumento de peso de la sociedad, así como estimulante de muchas enfermedades como la hipertensión arterial, diabetes de tipo II, obesidad, enfermedades cardiovasculares. Siendo esta la cuarta causa de muerte en el mundo según la Organización Mundial de la Salud OMS.

“Los resultados de la Encuesta Nacional de Salud y Nutrición (Ensanut 2011 – 2013) revelan una realidad poco alentadora sobre nuestra manera de alimentarnos. El informe señala que 5'558.185 ecuatorianos de entre 19 y 59 años sufren de sobrepeso u obesidad.”  
(El Telegrafo, 2013)

La OMS determina al sedentarismo es aquella persona que realiza menos de treinta minutos de ejercicio diario, por menos de tres días a la semana. También menciona los beneficios que tiene realizar actividad física de manera regular, como prevenir las enfermedades antes mencionadas que pueden provocar la muerte, así como mantener los huesos sanos, articulaciones y músculos, entre otros.

Desde hace algún tiempo el Gobierno ecuatoriano, por medio del Ministerio del Deporte ha iniciado una campaña contra el sedentarismo, promoviendo la actividad física por media hora diaria, para respaldar esta iniciativa se ha realizado varias obras como por ejemplo el parque de samanes de la ciudad de Guayaquil, donde los ciudadanos pueden ir a realizar varias actividades físicas.

No solo el Gobierno Central y los Gobiernos autónomos descentralizados crean lugares donde se puede realizar actividad física, sino empresarios aprovechando las campañas gubernamentales, como también la moda fitness que llegó al país ya hace algunos años atrás, lo

que les ha incentivado a crear o innovar en centros de acondicionamiento físicos, con base en las tendencias modernas.

Los centros de acondicionamiento físicos, tales como el tradicional gimnasio, como el ahora muy popular crossfit, están pasando por una etapa muy buena. En ciudades como Guayaquil y Quito que son las ciudades más importante del país se ven un crecimiento en este tipo de negocio, tanto como Gimnasio y ni mencionar el crossfit. En estas ciudades existen gran cantidad de estos establecimientos, para todo tipo de target bien marcado.

Con el transcurso de los años, los gimnasios de Guayaquil se fueron modernizando, adaptándose a lo que la gente necesitaba y las nuevas tendencias que iban apareciendo. Los empresarios han decidido invertir en este negocio, teniendo como mercado la clase media-alta y alta, montando gimnasios de primer nivel, donde encuentras todo lo que se necesita en un solo lugar.

Viendo como este negocio crecía para la sociedad económica media-alta y alta, en la ciudad de Guayaquil, se quiere implementar este modelo de gimnasio en una plaza donde los gimnasios son de mediana a baja clase, no existe un gimnasio de primer nivel, por lo que es un mercado por explotar.

En la ciudad de Quevedo las necesidades no son cubiertas, a pesar de que existe una cantidad de Gimnasio considerables, casi todos se manejan en el mismo target, con pequeñas diferencias. El mercado de estos gimnasios se enfoca más en los hombres que en las mujeres, así como también dirigido para los estratos sociales baja, media-baja, y media. Con esto el segmento de la población media-alta y alta se encuentran descuidado.

La ciudad requiere que se construya un gimnasio que cubra las necesidades generales de la población, ya que esta no cuenta con un gimnasio a la medida que merece la ciudadanía,

porque los actuales gimnasios tienen sus clientes ganados desde varios años atrás, pero no hacen nada por traer nuevos, no se han preocupado por innovar, ninguno hace nada por fortalecer sus debilidades, con base en esto existe una oportunidad para invertir en algo que la ciudadanía necesita.

La moda fitness está en el Ecuador cada vez hay más personas que quieren mantenerse en forma, verse mejor y tener una mejor salud. En la ciudad de Quevedo los dueños de los gimnasios no se han dado de esta oportunidad, y no hacen nada por mejorar, y los que no están atentos a las tendencias del mercado, van quedando obsoletos. Y muchos de estos con el tiempo solo van tener ingresos para subsistir, y otros quebrarán.

### **3 Problema a resolver:**

Los problemas de salud en la actualidad son muy comunes, ya sea por muchos factores, pero uno de ellos es el sedentarismo de la sociedad, lo que provoca problemas cardiovasculares, obesidad, entre otras. Lo que se quiere es darle a la población un lugar adecuado para que puedan dejar a un lado el sedentarismo y disminuir los problemas de salud. Un lugar que inspire a realizar actividad física, y así bajar el número de personas con sobrepeso, obesidad o problemas cardíacos, y ayudarles a que tengan una mejor vida.

El problema que se encuentra en la ciudad de Quevedo, es que los gimnasios no cubren las necesidades que los usuarios requieren de un gimnasio, así como potenciales clientes que por varios motivos no acuden a uno de los gimnasios de la ciudad. Se va a cubrir estas necesidades con un gimnasio de primer nivel, que no le pida favores a ningún gimnasio del país, donde los usuarios puedan encontrar todo lo que quieren de un gimnasio.

Muchos por no decir todos los gimnasios de la ciudad no se preocupan por sus clientes a tal punto que no saben qué tiempo llevan asistiendo, como lo que él quiere obtener en el

gimnasio, guiarlo de una manera minuciosa para que pueda cumplir sus objetivos. No les prestan importancia a los nuevos usuarios, no les importa crear fidelidad del cliente.

La creación de una base de dato de todos los clientes que adquieran las diferente membresías que el gimnasio ficha de control para los clientes que la membresía del gimnasio, para que este se pueda dar cuenta de sus progresos de una manera cronológica, así como las rutinas a seguir de manera detallada, con las repeticiones, peso, series y el descanso entre serie.

Con estos antecedentes se quiere implementar el sistema de base de datos para ayudar de una manera óptima, que las personas que vayan a ejercitarse sientan el apoyo, personas que están dando ánimos, alguien que te ayude a levantarte cuando sientan que no puedan más, se quiere cambiar el concepto de lo que es un gimnasio, darle un giro del 360° a este negocio.

La gran mayoría de los gimnasios de la ciudad se enfocan en las máquinas de ejercicio anaeróbicos, y no presta atención a las máquinas para realizar ejercicios aeróbicos, lo que se conoce como ejercicios cardiovasculares o de manera más común “cardio”, por lo que mucha gente que van a los gimnasios a bajar de peso, por lo general solo realiza anaeróbicos que es el levantamiento de pesa, no ven resultados de manera óptima. O si existen máquinas de este tipo no cumplen los requisitos del usuario.

Una de las excusas que tienen las personas para no realizar ejercicios es que entran temprano a trabajar y salen en la noche, los gimnasios de Quevedo tienen un horario general que es de las ocho y media de mañana, hasta las nueve de la noche, por lo que estas personas no pueden entrenar ni antes del trabajo ni después. Body Fitness Gym eliminara este horario y las excusas para no realizar actividad física porque abrirá sus puertas a las seis de la mañana, hasta la diez y media de la noche, por lo que este target podrá cubrir sus necesidades.

Body Fitness Gym quiere brindarles a todas las mujeres un lugar donde puedan realizar ejercicio de una manera segura, y enfocado en una combinación idónea entre ejercicios aeróbicos y anaeróbicos para ayudarlas a quemar grasa y tonificar su cuerpo. El problema de los gimnasios existente es que no tienen las maquinas idóneas para poder sacarle un mayor beneficio a la actividad física, BFG tendrá las maquinas adecuadas para que tengan mejores resultados, así como estándares de higiene muy estrictos para que no solo ellas sino todos los usuarios del gimnasio puedan realizar sus rutinas de una manera tranquila.

BFG cubrirá las necesidades que las personas de clase media, media- alta, y alta desean de un gimnasio y que los actuales no le brindan. Se estará satisfaciendo a este nicho de mercado que ha sido descuidado, y que con BFG se estará atendiendo un mercado de 5340 habitantes.

## **4. Objetivos**

### **4.1 Objetivo General**

Desarrollar un nuevo modelo de gimnasio en la ciudad de Quevedo, el cual captará el 25% del mercado, que están interesados en cuidar su salud y mejorar su estado físico.

### **4.2 Objetivos Específicos**

- Establecer un servicio de salud integral, brindándole al usuario una experiencia diferente.
- Generar una conexión con el cliente, buscando fidelidad del mismo.
- Aumentar la afluencia de clientes, mediante la implementación de gran variedad de máquinas y servicios diferenciadores.
- Elegir la ubicación del local en un lugar tranquilo y de gran afluencia de la población.

## **5 Resumen ejecutivo**

Body Fitness Gym es un gimnasio diferente a cualquier otro existente en la ciudad de Quevedo, por lo que muchos de estos gimnasios no han evolucionado juntos a las necesidades de

la población. Estos gimnasios no cuentan con un local acogedor, ni máquinas en excelente estado y ya son obsoletas, así mismo estos establecimientos solo se han enfocado en adquirir máquinas para ejercicio anaeróbicos dejando los aeróbicos a un lado.

La propuesta de BFG es brindarle a la ciudad un centro de acondicionamiento físico confortable y agradable, donde el asistir a realizar ejercicio sea una experiencia diferente a las ya obtenidas. Sus 600 metros cuadrados destinado a la colocación de maquina lo convertiría en el gimnasio más grande de la ciudad, donde combinará máquinas para todo tipo de ejercicio, estas serán modernas y nuevas.

Tener un grupo de colaboradores capacitados, que orienten, ayuden, y expliquen a la ejecución de los ejercicios de manera correcta para evitar lesiones, otras de las funciones será la de llevar un control mediante fichas técnicas, para que el usuario pueda ver sus avances. Con todo esto se quiere dar un valor agregado al concepto de gimnasio que tiene la población de este sector del país.

Captar el 25% del mercado es el objetivo general de la empresa, este porcentaje nos dará un mayor ingreso y utilidades con lo que se podrá crear nuevos beneficios para los socios, tales como clases de artes marciales, o el muy popular crossfit. También traer conferencista para nuestros clientes, donde se tratarían temas como la alimentación, salud, motivación y educación física básica.

Para captar el 25% del mercado, la estrategia principal será la de innovación y estar a la par de lo que la sociedad quiera. Dormirse en los laureles o ser conformista es algo que no está en los objetivos de BFG. La inversión constante ayudará a cumplir las metas, aumentando la capacidad del gimnasio después de la recuperación de la inversión, estas no solo serán adquirir activos, sino en promocionar eventos de fisiculturismo en la ciudad de Quevedo, y tener representantes del gimnasio en dichas competencias.

## **6 Misión y Visión**

### **6.1 Misión**

Convertirnos en el gimnasio líder de la Provincia de Los Ríos, mediante sucursales por toda la provincia, así como también tener un grupo de culturista que representen a Body Fitness Gym en las competencias nacionales e internacionales de fisiculturismo en todas las categorías.

### **6.2 Visión**

Estar entre los mejores y más reconocidos gimnasios del Ecuador, siendo unos de los gimnasios más completos y más servicio que se les brindara a los clientes.

## **7 Metas**

Body Fitness Gym tiene como meta la venta de doscientos cincuenta membresías mensuales, los cuales si se mantiene la tendencia en el año serian tres mil membresías anuales, los cuales permitirán ingresar \$124.200,00 dólares anuales, a \$45 dólares por membresía mensuales. Esta metas se las quiere alcanzar en los dos primeros años a partir del tercer año se tiene como meta obtener un mayor ingreso, por el aumento del valor en el precio de la membresía a \$55 dólares, se espera tener ingresos mayores a \$154836,00 dólares mensuales.

La empresa quiere vender alrededor de 230 membresías mensuales, lo que daría anualmente 2760 membresías. Esto es un inicio, pero con el tiempo se quiere captar el 25% del mercado potencial, el cual es el 1335 membresías mensuales. Esto es a largo plazo después de la recuperación de la inversión inicial, se haría una nueva inversión ampliando el local para arriba, lo que se puede hacer sin ningún problema al ser local propio.

Aparte de la venta de membresía se estima que se captará alrededor de doscientos clientes mensuales que pagarán día a día. Aunque el objetivo es el de que todos adquieran membresías, para convertir un gimnasio más privado, exclusivo.

Con el aumento de los ingresos, en el cuarto o quinto año se estima la creación de una sucursal en la capital de la Provincia de Los Ríos la ciudad de Babahoyo. Esta sería la primera sucursal de una cadena de gimnasio, la segunda sucursal se la instalaría en la ciudad de Ventana. Estas ciudades son las principales ciudades de provincia.

A largo plazo se piensa abrir más sucursales a nivel nacional, y así lograr cumplir nuestra visión de convertirnos en un gimnasio nacionalmente reconocido.

### **8 Viabilidad legal**

“Los permisos de funcionamiento para comercios se realizarán por internet. Los locales comerciales, tiendas, gimnasios, comercio de expendio de alimentos deberán acudir a la página web [www.controlsanitario.gob.ec](http://www.controlsanitario.gob.ec) y colocar allí sus datos personales y del comercio. Esta información se cruzará con los datos del Registro Civil, Servicio de Rentas Internas, Consejo Nacional Electoral para que el usuario obtenga su permiso en minutos.” (El Universo, 2014)

Los requisitos y los costos para el gimnasio son diferentes, estos requisitos te lo brinda la página de control sanitario, y los costos no superarán los 300 dólares. Hasta que el gimnasio no tenga el permiso de funcionamiento, este no podrá funcionar.

“Toda invención parte de una idea, esta idea nos lleva a la creación y la creación nos lleva al producto, invención u obra. La invención es patentada mediante su registro y su registro tiene un costo. Ese costo, es la tasa que todo inventor debe pagar para que su patente esté protegida dentro del territorio del país.” (Propiedad Intelectual)

El Instituto Ecuatoriano de la Propiedad Intelectual, tiene ajustada sus tasas por servicios por medio del Registro Oficial N° 326, y su publicación el 4 de septiembre del 2014. El Anexo 1, regula todas las tasas, de los servicios que brinda el IEPI. El registro de la marca y el logotipo tiene un costo de cuatrocientos dólares norteamericanos. Este costo es aparte de los dieciséis dólares que se deben cancelar en el Banco del Pacífico, para poder realizar cualquier tipo de procedimiento en el IEPI.

Otros permisos indispensables para todo tipo de empresa es el permiso del Benemérito Cuerpo de Bomberos de la localidad en donde tenga el establecimiento el local. En el caso de BFG debe solicitar al cuerpo de bombero de la ciudad de Quevedo, los valores van desde quince hasta trescientos dólares americanos, dependiendo del tipo de negocio. Los requisitos son similares en todas partes del país, y para locales comerciales, como los redacta el sitio web del Benemérito Cuerpo de Bombero de la ciudad de Cuenca son los siguientes:

- “• Presentar solicitud del permiso del Municipio.
- Copia de factura de compra de extintores o de recarga a nombre del propietario.
- Inspección por este departamento de las instalaciones y de seguridades contra incendios.
- El propietario debe cumplir las condiciones dadas por el inspector para poder emitir el permiso de funcionamiento.” (Cuerpo de Bombero de Cuenca)

## 9 Análisis de Mercado

### 9.1 Mercado objetivo

El estudio de mercado se realizará en la ciudad de Quevedo, ubicada en la provincia de Los Ríos, donde el último censo realizado el 28 de Noviembre del 2010, a través del Instituto Nacional de Estadísticas y Censo se determinó que Quevedo es la ciudad más poblada de la provincia, como lo publica el diario La Hora, a continuación el fragmento de la noticia:

“Los datos determinaron que los cinco cantones con más habitantes de la provincia son: Quevedo con 173.575, Babahoyo con 153.776, Vinces con 71.736, Ventanas con 66.551 y Buena Fe con 63.148.” (La Hora, 2011)

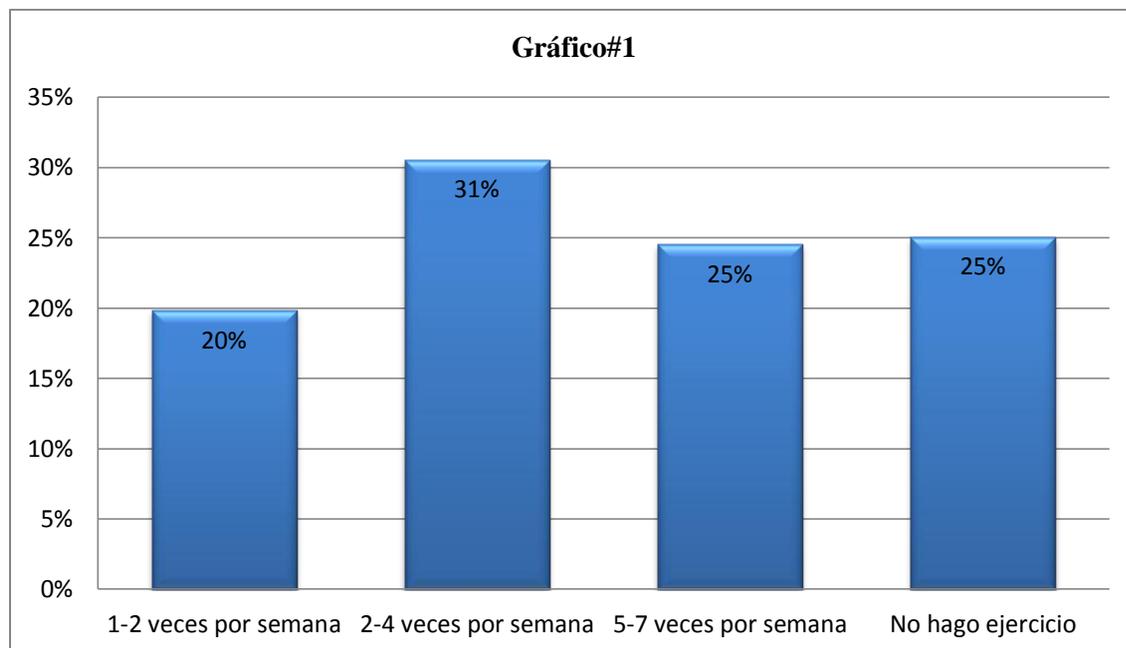
La población de Quevedo se de 173.575 conformado por 86.821 hombres y 86.754 mujeres, en la zona rural habitan 150.827 personas, mientras que en la zona urbana 22.748, personas. Donde la cantidad de habitantes entre 0 y 14 años está por los 55.000, entre 15 y 65 años rodea los 100.000, y los de 65 años en adelante bordean los 9.000 habitantes.

El mercado objetivo de Body fitness Gym es el de los hombres y mujeres entre 15 y 65 años, de clase media, media- alta y alta, de la ciudad de Quevedo. No solo se quiere atraer a las personas que ya realicen ejercicio, sino se quiere atraer personas que no realicen ejercicio para que dejen su vida sedentaria, a través de un establecimiento que los atraiga, les inspire a realizar actividad física y mejorar su salud.

Se realizó un estudio de mercado, mediante una encuesta la cual contenía diez pregunta, la cuales querían conocer cuántas personas realizaban ejercicio, que tipo de ejercicio, como

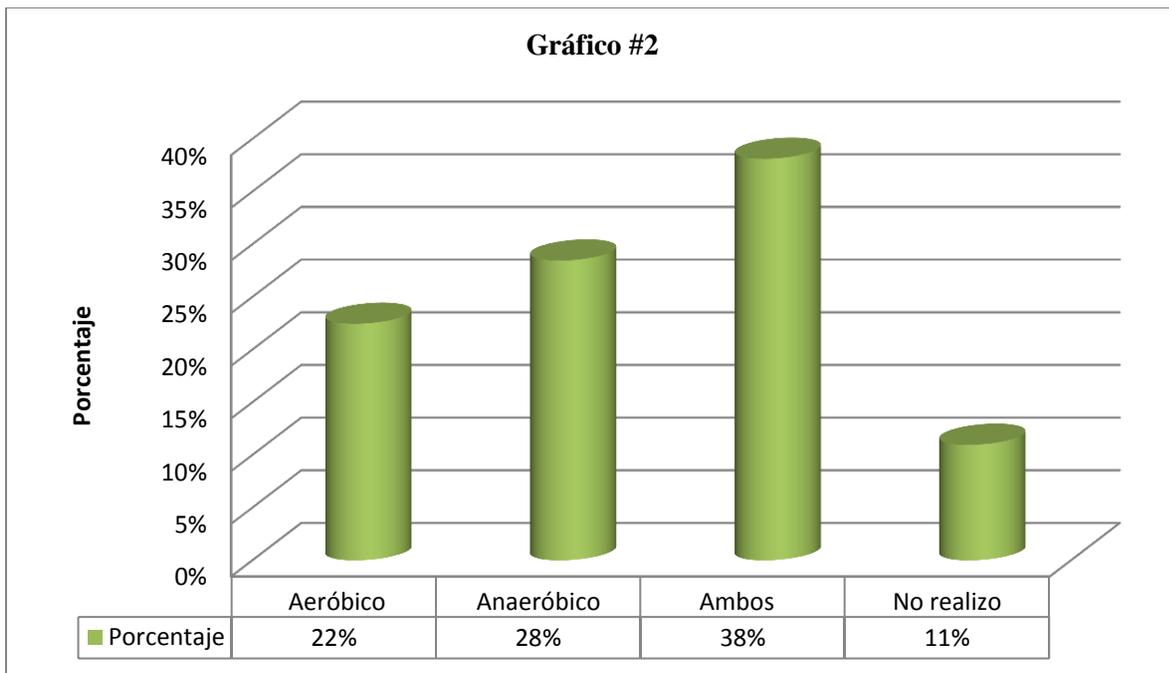
consideraba al establecimiento al que asistían, el medio por los cuales conocieron el establecimiento donde realizan ejercicio, que es lo que quieren de un gimnasio, entre otras cosas que respondieron los 383 encuestados.

La primera pregunta de la encuesta fue ¿Con que frecuencia realiza usted ejercicio?, esta se pregunta se la hizo para saber la frecuencia con que realizaban ejercicios, y cuales no realizaban e ir sabiendo cual sería nuestro mercado. Los resultados de esta pregunta se la puede observar en el Gráfico #1 que está a continuación:



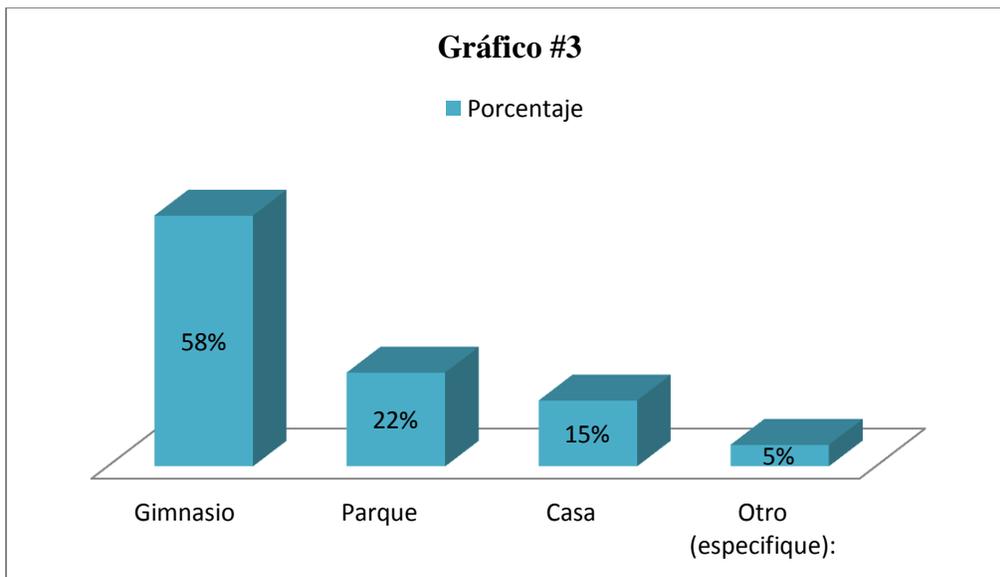
La mayoría de personas realizan ejercicio entre 2 a 4 veces por semanas esto equivale al 31% de la muestra, el 25% realizan actividad física entre 5 a 7 a la semana, y 25% no realiza ningún tipo de actividad física.

El Gráfico #2 detalla las respuesta de la segunda pregunta, ¿Qué tipo de ejercicio realiza o le gustaría realizar aeróbico (bicicleta, natación, trotar, etc.) o anaeróbico Pesas? Si su respuesta es no, vaya a la última pregunta. Esta pregunta tiene una cláusula para las personas que contesten en negación, y vayan a la última directamente a la pregunta diez.



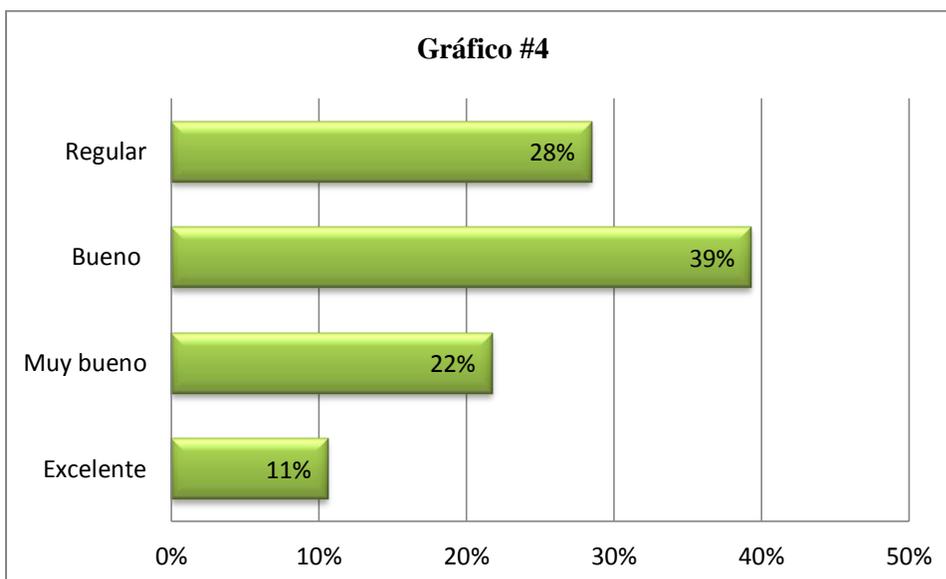
En esta pregunta se obtuvo como resultado que a pesar de que 96 personas en la pregunta respondieron no realizan, en esta se le pregunto si les gustaría realizar ejercicio donde solo 42 personas contestaron que no. Se les pregunto qué tipo de ejercicio les gustaría realizar, aquí contestaron en un 38% que quisieran realizar tanto ejercicio aeróbico como anaeróbico.

La tercera pregunta se la planteo para saber en dónde las personas realizan ejercicio, por lo que se preguntó ¿Dónde por lo general usted realiza ejercicio?, en el grafico #3 , están los resultados de esta pregunta.

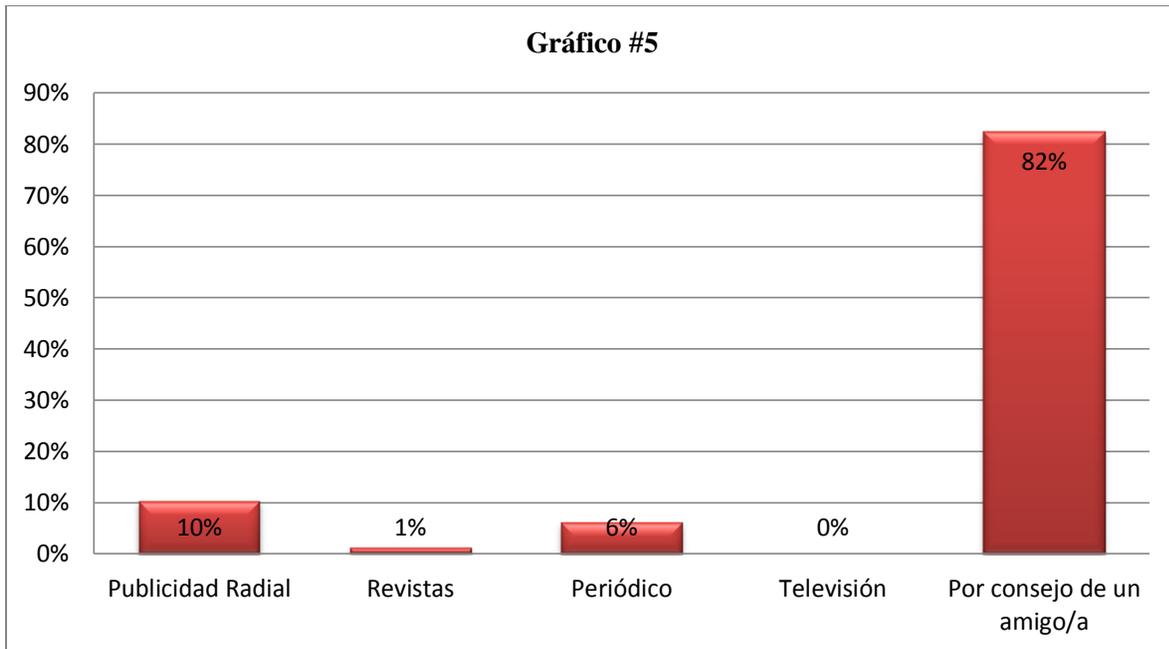


El 58% de los encuestados contestaron que realizan ejercicio en gimnasios, el 5% contestaron otros, donde unas de especificaciones fueron, piscina, ruta del sol (una avenida a lado del rio Quevedo), otros realizan algún tipo de deporte como fútbol y básquet.

Como se verá en el Gráfico #4 los gimnasios de Quevedo son considerados por el 39% de los usuarios como buenos, y el 28% dijeron que son regular, es decir que 67% no se sienten satisfecho de los gimnasios. El 22% consideraron al gimnasio al que acude como muy bueno y tan solo el 11% respondieron que son excelentes.

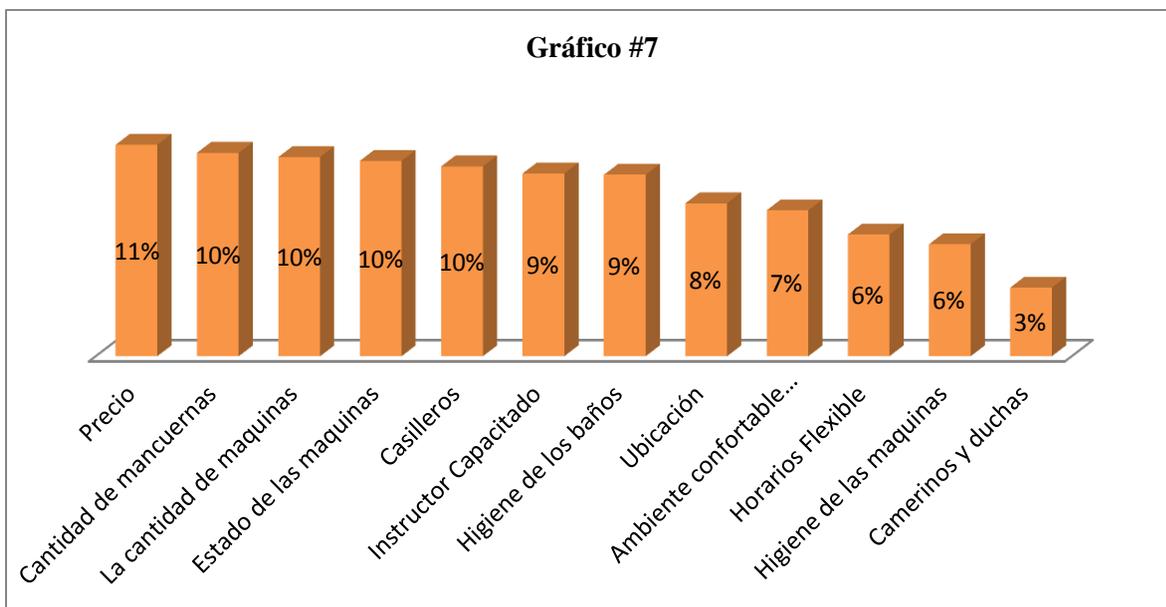
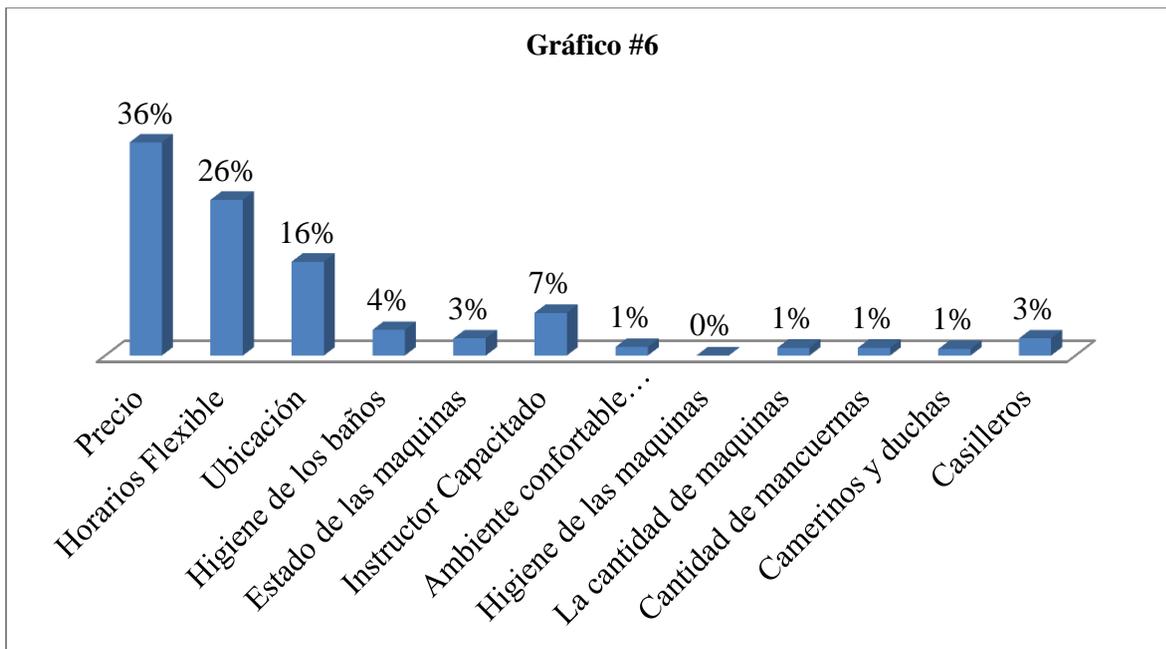


La publicidad es demasiado importante para que se conozca el gimnasio y lo que brindamos, por lo que la pregunta cinco se basó en conocer porque medio conocieron el gimnasio al que acuden o acudieron, y poder implementar un plan de marketing efectivo. La forma que los conocieron está detallada en el gráfico #5.



El 82% de los encuestados concordaron que conocieron el gimnasio por consejo de un amigo, tan solo el 10% fue por publicidad radial, y nadie conoció al gimnasio por publicidad televisiva. Y por medios escritos el 25% de las personas pudieron saber del gimnasio y acudir.

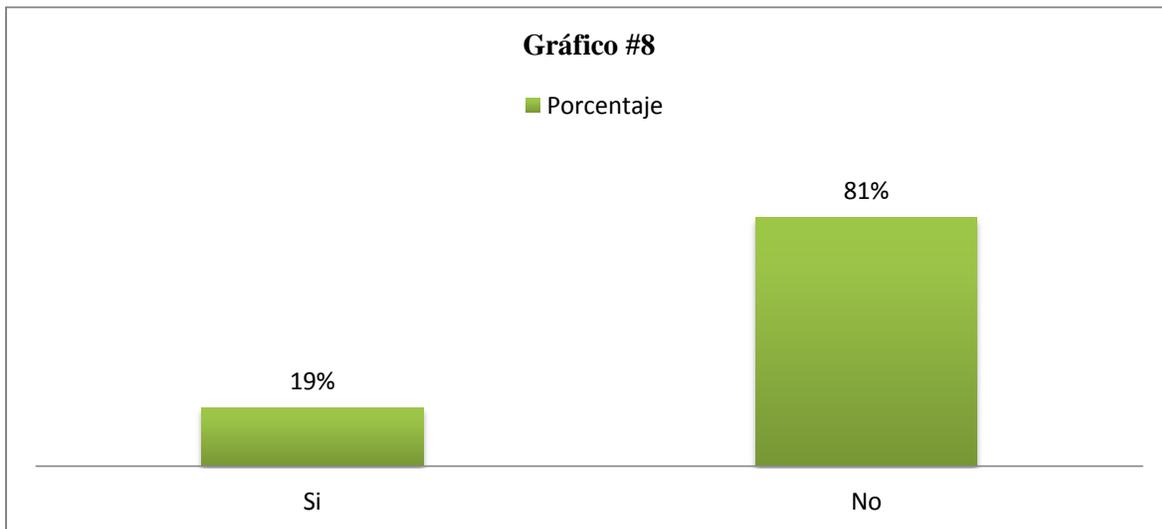
La sexta pregunta de la encuesta, fue una de las preguntas más importante de la encuesta donde se quiso identificar qué aspecto de un gimnasio es el más importante para los usuarios, en el gráfico #6 se observara cuantas veces las opciones fueron elegidos como el aspecto más importante. Y el gráfico #7, se hizo un aspecto general para que de manera generalizada saber cuándo es el más importante, dándole a cada voto del primer puesto vale doce puntos, el del segundo puesto once y así sucesivamente.



Al analizar estos gráfico #6 y gráfico #7 que la mayoría de las personas ven que el precio sea asequible en los dos cuadros se lo puede observar de manera clara, es el mayor escogido y el mayor puntuado. En el segundo lugar la más seleccionada fue el de un horario flexible, aunque en la puntuación es la cantidad de mancuernas. El tercer y cuarto lugar en las más puntuadas la cantidad de máquinas y estado de las maquinas respectivamente, los cuatros puestos están

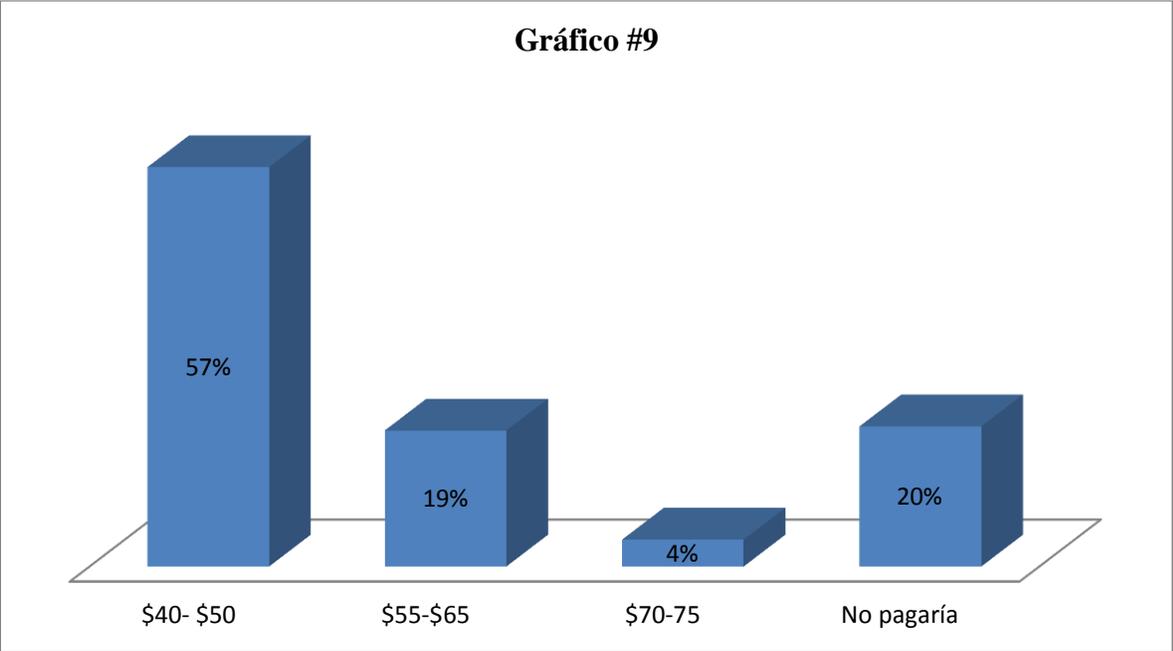
separados por muy poco, por lo siguiente estos cuatro aspectos están de la mano. Y son los aspectos que más hay que enfocarse satisfacer sin descuidar lo otro.

La séptima pregunta quiere identificar si los usuarios consideran que los gimnasios de Quevedo cumple los requisitos, la pregunta fue: ¿Cree usted que algún gimnasio de Quevedo cumpla con todos los requisitos? El gráfico #8 muestra las respuestas en esta pregunta.



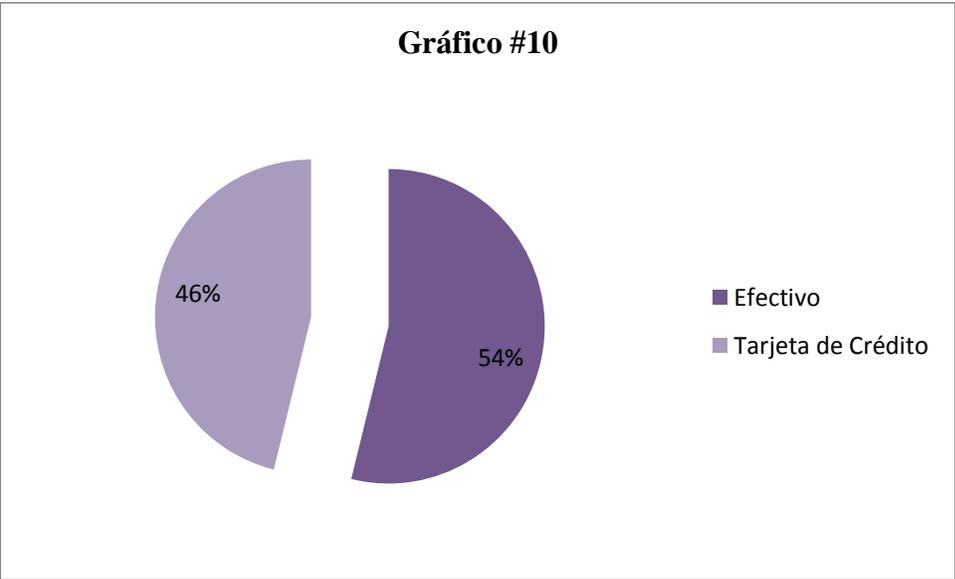
Esta pregunta arrojó que el 81% de los de los encuestado respondieron que no existe un gimnasio que cumpla todos sus requisitos, mientras que el 21% contestaron que los requisitos.

En la pregunta 6 nos arrojó que el 35% de los encuestados consideran el precio el factor más importante para elegir un gimnasio, en la pregunta 8 se preguntó ¿Cuánto pagarías mensual por un gimnasio que te ofrezca máquinas de fuerza nuevas de primer nivel, variedad de máquinas de cardio como bicicleta, elíptica y caminadoras cómodas, con un entrenador capacitado para brindarle el mejor servicio, así como llevar un ficha tus avances de una manera periódica, todo esto en un lugar amplio, cómodo e higiénico ? Y el resultado se lo muestra en el gráfico #9.

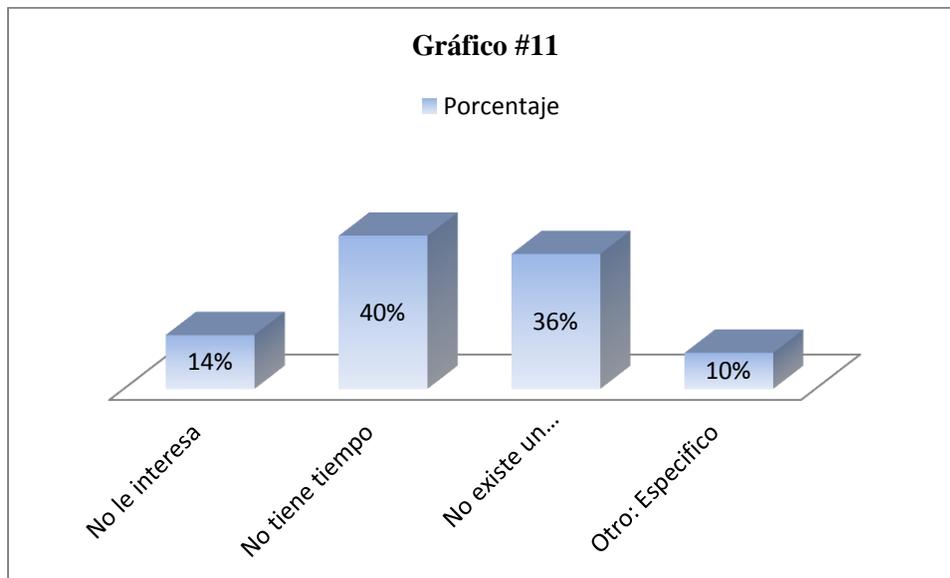


El precio idóneo para las personas esta entre 40 y 50 dólares la membresía mensual donde el 57% dijeron que ese el precio que ellos pagarían y tan solo el 20% manifestó que no pagarían una membresía mensual.

La forma de pago es muy importante en el gráfico #10 mostramos la respuesta a la interrogante ¿Cómo le gustaría pagar sus membresías? y sus resultados fueron:



La última pregunta se las realiza a aquellas personas que en la segunda pregunta contestaron que no realizan ejercicio y no desearían realizarlo, fueron 42 personas que contestaron ¿Por qué razón no realiza ejercicio físico? Gráfico #11



## 9.2 Análisis PESTAL

<b>Político</b>	<b>Económico</b>
Estabilidad Política	Tasas intereses reguladas rigurosamente
Campañas contra el sedentarismo	Inflación de los dos últimos años están entre 1,71% y 5,22%
Nuevo Código Laboral en Proyecto	La industrial de los gimnasios está en un Auge
Cambios constante en las políticas fiscales	Mayor ingreso antes de la temporada playera en la región costa

	Crecimiento económico constante en los últimos años
<b>Social</b>	<b>Tecnológico</b>
<p>Moda fitness en crecimiento en el país</p> <p>Acuden donde existe exclusividad</p> <p>La sociedad está comenzando a realizar ejercicios de manera frecuente</p> <p>Horarios de trabajos, se cruzan con los horarios de atención de los Gimnasios</p>	<p>Maquinarias de nuevas y de primer nivel</p> <p>Diversidad de entrenamientos con equipos de primer orden</p>
<b>Ambiental</b>	<b>Legal</b>
	<p>Nuevo Código Laboral en Proyecto</p> <p>Asegurar al IESS a todos los empleados, con normas cada vez más favorable al trabajador</p>

Tabla #1 Análisis Pestal

### 9.3 Análisis FODA

<b>Internas</b>	+	-
	Fortaleza	Debilidades
	Maquinas Nuevas Precios Competitivo Infraestructura amplia y Propia Atención Personalizada Personal Capacitado	Nuevos en el Negocio Altos costo de inversión
<b>Externas</b>	Oportunidades	Amenazas
	Mercado insatisfecho La competencia es débil Moda fitness Inexistencia de un gimnasio con estas características	Legislación laboral en debate Regulaciones Arancelarias

Tabla# 2 FODA

### 9.4 Análisis de las 4 Ps

#### Producto

El servicio que se va a ofrecer Body Fitness Gym es el de un gimnasio distinto a los existentes en la ciudad de Quevedo, donde la población de la clase media, media-alta y alta pueda ir a hacer actividad física de una manera diferente a las existentes. Un gimnasio que estará a la altura de los mejores gimnasios del país, donde podrán realizar ejercicios de pesas, un lugar para la halterofilia, como también una pista de baile, donde se realizaran las bailoterapia y una

zona dedicada a ejercicios cardiovasculares con máquinas modernas como bicicletas estáticas, spinning, caminadoras y escaladoras.

Aparte de brindarles un gimnasio moderno, y que cumpla con todos los requisitos y necesidades que los usuarios demandan, se les brindara una asesoría personalizada con personal capacitado para ayudarle a cumplir su meta, cualquiera que esta sea. Para esto se llevara una ficha técnica a cada uno de los clientes, para registrar de manera periódica los avances que estos van teniendo, como también se le brindara un cuadro con las rutinas que ellos tendrán que realizar por un tiempo determinado.

Los paquetes que BFG va a ofrecer al público, variara dependiendo del tiempo que el cliente quiera adquirir. Los paquetes van desde \$45, hasta \$486 dólares. Cualquiera de los paquetes tendrá el mismo servicio, con la diferencia, de la promoción del descuento y tiempo gratis que se le dará. Los paquetes tendrán los siguientes beneficios:

- Ficha Técnica donde se controlará los avances del cliente.
- Hoja con las rutinas a realizar.
- Participan en sorteos de manera inmediata (membresías quincenal o mensuales, entre otras).
- Beneficios que se vayan agregado.

## **Precio**

En la ciudad de Quevedo el precio de los Gimnasios de Quevedo oscila entre un dólar y dos dólares, y se manejan con el régimen del pago de día a día de los usuarios, y muy pocos se manejan con el pago de membresías mediante pagos adelantos. Ni los gimnasios de dos dólares, y peor los de un dólar, satisfacen las necesidades de sus clientes. Unos no tienen maquinas modernas o no están en buen estado, otras tienen maquinas en buen estado, pero el local donde está situado es muy pequeño.

BFG impulsara las compras de membresías de los clientes, estas tendrán un precio mensual de cuarenta y cinco dólares, de ahí si la membresía es por un tiempo mayor, el valor mensual tendría un descuento alrededor del 10% de descuento y estos clientes tendrán un mayor beneficio, referente a los servicios del gimnasio. Para aquellos clientes que no quisieran pagar la membresía, deberían pagar dos dólares con cincuenta centavos diarios.

El precio incluye los servicios de fichas técnicas, para llevar de manera detallada los avances del cliente, así como también una hoja con las rutinas que debe realizar de manera periódica, participara de manera inmediata de cualquier sorteo que se realice, el recibir información nutricional como métodos de entrenamiento y otros beneficios que se presenten con el transcurrir del tiempo.

## **Plaza**

“Desde el punto de vista de servicios en fitness, este concepto se adapta a la accesibilidad o disponibilidad del servicio cuando el cliente lo requiere. Y no solo se habla de servicios tipo clases de spinning, rumba, Pilates, tonificación u otros, se habla es de la disponibilidad para acceder a un servicio de forma personalizada o para acceder a aquellos servicios propios de una necesidad individual: Revisión médica, asesoría nutricional, pruebas de esfuerzo, masajes, estética, etc”. (TAMAYO, 2008)

BFG ofrecerá servicios como las fichas técnicas y rutina de ejercicios personalizados por clientes, y así como horarios para establecidos para cada uno de los servicios de la empresa. Se buscara llegar a convenios con nutricionistas, doctores y fisioterapeutas, para que el cliente pueda hacer uso de los beneficios del convenio, como por ejemplo si necesita una dieta puede acudir al nutricionista.

El local estará ubicado en la ciudadela progreso de la ciudad de Quevedo, una zona de clase media para arriba, con una área de 760 metros cuadrados, con un ambiente agradable, los colores van ir acorde al color de las máquinas. El espacio donde van a ir las maquinas va ser de 600 metros cuadrados, un espacio más que suficiente, para ubicarlas de la mejor manera y con espacio prudente entre cada una.

La música dependerá del grupo presente en el gimnasio, pero en general va ser música que motive a realizar ejercicio. La electrónica es buena alternativa, así como el rock, pero la selección de la música dependerá más del tipo de clientes que se encuentre en ese momento realizando ejercicio.

### **Promoción**

Nos enfocaremos, en una valla publicitaria ubicada en un lugar céntrico donde toda la población pueda verlo e informarse BFG, así como también hará publicidad en una revista llamada cómplices, una revista que circula en la ciudad de Quevedo, por lo general esta revista la leen mujeres de todo tipo, es ideal para atraer clientes del sexo femenino.

Se realizarán varias promociones, como el pago de membresías mensuales, trimestrales, semestrales o anuales, donde el cliente ahorrara dinero si adquiere las membresías, las membresías de mayor plazo tendrán un mayor ahorro. Y no solo sino que el cliente tendrá días gratis, estos días dependerán del plazo de la membresía.

BFG se hará un convenio con el Quevedo Tennis Club, donde los socios serán beneficiados con el 10% de descuento en cualquier tipo membresía. Así como también con consultorios médicos especializados en traumatología, y con fisioterapeutas, para captar

pacientes que necesitan ganar masa muscular a través de levantar pesa y poder recuperarse del traumatismo.

### **9.5 Análisis de la oferta y demanda**

La ciudad de Quevedo cuenta con una población de 100.000 habitantes que están entre los 15 y 65 años, de estos alrededor del 30% son personas de status social medio, medio-alto y alto. Esto da 30000 habitantes de los cuales el 11% no le interesa realizar ejercicio y de la población restante tan solo el 20% no pagaría un gimnasio de estas características, lo que deja un mercado potencial de 5340 habitantes.

El servicio que brindan los gimnasios de la ciudad es considerado por el 67% de la población como bueno y regular. Los establecimientos, las maquinas son antiguas y el estado de estas no están en las mejores condiciones, por lo que se dificulta hacer el movimiento del ejercicio con dificultad.

Quevedo cuenta con alrededor de diez a quince gimnasios los cuales todos son de clase media para abajo, y brindan el mismo servicio sin mayor diferencia entre ellos. Ninguno brinda un servicio que los ponga por encima de los demás, ya que la ventaja de uno es la desventaja del otro y viceversa. Ejemplo, el gimnasio1 tiene maquinas en buen estado, pero su local no es amplio las máquinas están demasiada unidas, en cambio en gimnasio2 tiene maquinas en estado regular, pero su local es grande lo que permite tener un mayor espacio entre máquinas. El precio diario que cobran estos gimnasios va desde un dólar hasta dos dólares.

La competencia directa van hacer los gimnasios de Quevedo, a pesar de no ofrecer el servicio que se desea ofrecer, estos son gimnasios al igual que BFG. La competencia indirecta son las bailo terapias que se ofrecen en los parque de la ciudad de Quevedo.

## **9.6 Estrategia de diferenciación**

Gimnasios hay muchos, pero en la encuesta que se realizó el 67% de las personas contestaron que los gimnasios de la ciudad de Quevedo son regular y buenos, por lo que BFG ve una gran oportunidad para brindar un servicio diferente a los que ya ofertan los gimnasios de la ciudad, buscando cambiar el concepto que hacer gimnasio es ir a levantar pesas.

BFG adquirirá para sus instalaciones maquinas modernas, lujosas y funcionales, de la marca life fitness, lo que ayudará al usuario poder realizar sus ejercicios de manera más segura, en el caso de las mujeres no tendrán que cargar discos de peso, ya que la mayoría de las maquinas tienen el peso incluido para una más rápida y fácil ejecución del ejercicio.

El instructor será una persona capacitada, donde el ofrecerá rutinas personalizada, según las necesidades y requerimiento de cada usuario, como también llevará el progreso de cada uno de los clientes mediante un ficha que se llenará el día de adquiera su primera membresía, y se la revisara de forma quincenal o mensual según el cliente crea conveniente. Con la compra de la primera membresía se le dará una hoja con la rutina que deberá realizar cada día.

Muchas veces las personas no pueden asistir al gimnasio porque salen tarde del trabajo y los horarios que les ofrecen los gimnasios no se ajustan a sus necesidades. BFG ofrecerá a los clientes un horario hasta las diez de la noche, así como también cada cliente que adquiera su membresía tendrá su propio casillero para poder guardar sus pertenencias de manera segura, e

inclusive dejar ropa, accesorios y productos de limpieza personal, y así no cargar esto de arriba para abajo.

Otros de los beneficios que se ofrecerá, es el atención los fines de semanas muchos usuarios por cuestiones de tiempo no puede ir al gimnasio de manera normal los días laborales, es aquí donde BFG atenderá el día sábado desde las nueve de la mañana, hasta las seis de la tarde y día domingo la atención será de 9 de la mañana hasta el mediodía. Con esto se quiere incluir a la actividad física aquellas personas que por cualquier motivo hacerlo de lunes a viernes.

### **9.7 Acciones de promoción**

BDF por apertura venderá la membresía mensual a un costo de cuarenta y cinco dólares, con esto se ahorrara alrededor de quince dólares, si pagara de manera diaria el gimnasio. También por lanzamiento se realizarán promociones si traes a un acompañante, aquí se le hará un descuento del 10% en cualquiera de la membresías. Lo que se busca con esta promoción es atraer más clientes, premiando ya nuestros clientes con descuento en sus membresías, y como se determinó en el estudio de mercado las personas van a un gimnasio por consejo de amigo, y es por eso que este va hacer nuestra principal arma de marketing.

Los convenios con empresas va hacer muy importante por lo que se atraerá socios o miembros de estas empresas dándoles un descuento, o días gratis en sus membresías. Como así también en el caso del Quevedo Tennis Club, nos brindará pases de cortesía para sortear entre nuestros clientes y ellos puedan conocer este establecimiento y por medio de estos ellos también podrían vender las membresías para el club.

Las promociones de pre y post temporada también son importante, los meses que más las personas concurren a un gimnasio es antes de la temporada playera es decir de octubre hasta Febrero, en estos meses las promociones no deben ser tan importante, aunque si se realizaran pero de manera más suave. Después de la temporada playera comienza el declive de los usuarios de los gimnasios es aquí donde nuestra promoción debe ser agresiva, para mantener a los clientes todo el año, no solo en la etapa pre temporada, sino en la post temporada también.

Por fechas especiales como son el día de la madre y padre, también se harán promociones, como el de todo hijo acompañado de su madre o padre según sea la promoción, podría obtener descuentos del 15% en sus membresías, más días gratis adicionales, dependiendo el paquete que haya adquirido. Con esto se busca crear un vínculo familiar, motivar e incentivar a realizar actividad física en familia.

## **9.8 Canal de distribución**

El canal de distribución será de manera directa, esto quiere decir que el establecimiento va ser el medio por el cual el servicio va a llegar al cliente. El servicio se brindara en la ciudad de Quevedo, ciudadela progreso calle sexta y avenida principal.

## **10 Análisis Operativo**

### **10.1 Localización y descripción de las instalaciones**

BFG estará ubicado en la Ciudadela Progreso calle sexta y avenida principal de la ciudad de Quevedo en un local de 760 metros cuadrados, donde 600 metros cuadrado va hacer destinado

para la colocación de las maquinas, mancuernas y todos los accesorios que se necesitan para realizar ejercicio. Para los baños, camerinos y casilleros el área será de 144 metros cuadrados y los 16 metros cuadrados se ubicarán una pequeña oficina, recepción y una pequeña sala de espera, para todos nuestros clientes.

## **10.2 Método de instalación**

La constructora Star office S.A, se tardaría en la adecuación del local alrededor de un mes, ya que una vez firmado el contrato ellos deberían trasladarse a la ciudad de Quevedo.

El proveedor de las maquinas Lifes Fitness en Ecuador, al momento de que se firma el contrato de compra, esta debe importar aquellas maquinas que no tengan en stock por lo que la instalación total del gimnasio podría demorar un máximo de dos meses.

El gimnasio podrá estar en funcionamiento a partir de dos meses y media hasta el tercer mes, una vez iniciada la adecuación y compra de las máquinas. A esta altura la marca Body Fitness Gym, debe estar ya registrada, el tiempo demora es ocasionado por los permisos municipales y los permisos de cuerpo de bombero, aunque en la actualidad estos permisos se realizan de manera ágil, se dejara un tiempo prudente para que los funcionario de dichos organismo puedan realizar las inspecciones pertinentes.

## **10.3 Capacidad Instalada**

La Capacidad del gimnasio será entre 80 y 100 personas al mismo tiempo, que es la cantidad de clientes que se quiere tener a partir de las seis de la tarde, hasta las diez y media que cierra el gimnasio, ¿Por qué se espera tener a esta hora esa afluencia de clientes?, porque es el

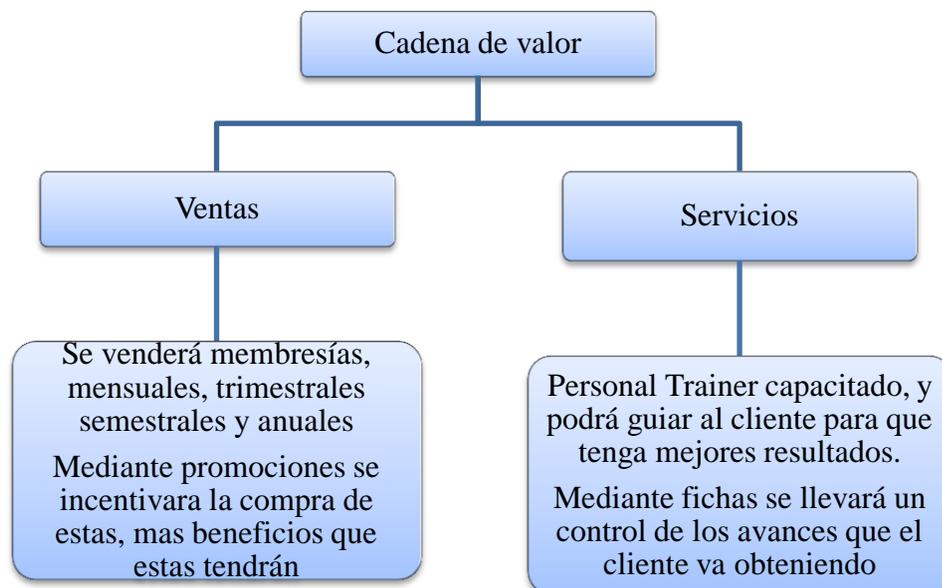
horario donde los trabajadores, estudiantes y la mayor parte de la sociedad tienen costumbre en ese rango de tiempo a realizar ejercicio.

En los otros horarios se estima que al gimnasio asistan unas 100 personas más, esto nos dice que desde la mañana hasta las seis de la tarde, por lo que en este tiempo, el gimnasio estaría siendo utilizado alrededor de un 50%, lo que nos beneficia para alargar el tiempo de mantenimiento de cada una de las máquinas.

#### 10.4 Cadena de Valor

“Para Porter, una organización es una cadena que crea valor para los stakeholders o grupo de interés. En la cadena de valor se encuentra la fuente de la ventaja competitiva y, dentro de ella, la actividad se constituye en unidad de análisis estratégico en la firma “ (Restrepo Puerta ).

Cuadro#3



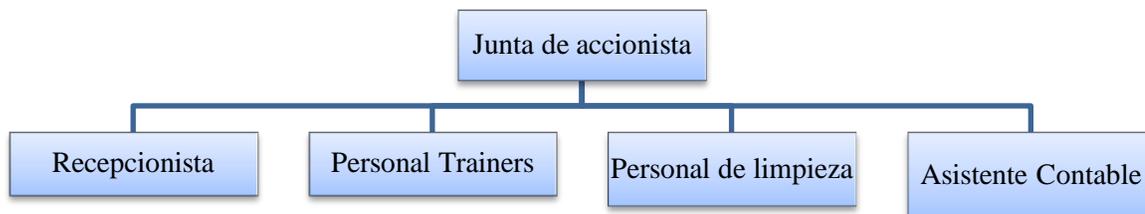
## **10.5 Talento Humano**

Se van a necesitar dos entrenadores, a los cuales se va a capacitar para que puedan brindarles a los clientes una excelente atención, tales como preparación de rutinas enfocadas a las metas de cada persona, conocimientos básicos de nutrición general, y también una capacitación de atención al cliente.

Se va a necesitar dos recepcionista que también hará las labores de caja, a ella se la capacitará en base de datos para que lleve el historial de los clientes, un curso en atención al cliente y de contabilidad para que este capacitada para cumplir sus labores primordiales, y como algo adicional una capacitación en preparación física, para que esté preparada para resolver cualquier inconveniente que se presente.

El encargado de la limpieza, él va a tener la responsabilidad de mantener el gimnasio limpio en su totalidad, del dependerá que los clientes puedan encontrar un lugar limpio donde poder hacer ejercicio. Las máquinas, el piso y los baños estarán a cargo de él y de que el cliente se sienta satisfecho, se le dará un capacitación con los proveedores para que estos le enseñen la manera óptima de limpiar las máquinas para que el ciclo de vida de ellas sea el mayor posible.

Un contador pero no de planta de contrata un contador independiente que lleve la contabilidad del negocio, tendremos de planta a una asistente.



Tabla#4 Esquema Jerárquico

## 11 Análisis Financiero

### 11.1 Estados de Resultado Proyectados a 5 años

#### ESTADO DE RESULTADOS

Por el periodo que comprenden desde el Año 1 al Año 5  
Expresado en dólares

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
VENTAS	124.200,00	154.836,00	190.307,52	201.725,97	232.450,39
COSTO DE VENTA (MEMBRESIA)	1.104,00	1.126,08	1.171,12	1.241,39	1.328,29
<b>GASTOS DE OPERACIÓN</b>	<b>78.171,20</b>	<b>36.089,45</b>	<b>39.084,33</b>	<b>38.038,03</b>	<b>41.153,65</b>
GASTOS DE ADMINISTRACION	77.421,20	35.339,45	38.334,33	37.288,03	40.403,65
GASTOS DE PUBLICIDAD	750,00	750,00	750,00	750,00	750,00
<b>UTILIDAD ANTES DE INTERESES E IMPUESTOS</b>	<b>44.924,80</b>	<b>117.620,47</b>	<b>150.052,06</b>	<b>162.446,55</b>	<b>189.968,45</b>
INTERESES	10.924,31	9.106,76	6.997,04	4.548,16	1.705,62
<b>UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS</b>	<b>34.000,49</b>	<b>108.513,71</b>	<b>143.055,03</b>	<b>157.898,39</b>	<b>188.262,82</b>
PARTICIPACION DE TRABAJADORES	5.100,07	16.277,06	21.458,25	23.684,76	28.239,42
IMPUESTOS	7.225,10	23.059,16	30.399,19	33.553,41	40.005,85
<b>UTILIDAD NETA</b>	<b>21.675,31</b>	<b>69.177,49</b>	<b>91.197,58</b>	<b>100.660,22</b>	<b>120.017,55</b>
(-) 10% RESERVA LEGAL	2.167,53	6.917,75	9.119,76	10.066,02	12.001,75
<b>UTILIDAD A DISTRIBUIR ACCIONISTAS</b>	<b>19.507,78</b>	<b>62.259,74</b>	<b>82.077,82</b>	<b>90.594,20</b>	<b>108.015,79</b>

Tabla# 5 Estado de Resultados

## 11.2 Flujo de caja proyectado a 5 años

**FLUJO DE EFECTIVO**  
 Por el periodo que comprenden desde el Año 1 al Año 5  
 Expresado en dólares

	AÑO 0	AÑO1	AÑO2	AÑO3	AÑO4	AÑO5
<b>INGRESOS</b>						
Ventas		124.200,00	154.836,00	190.307,52	201.725,97	232.450,39
Aporte de Accionistas	181.699,84					
Préstamos Bancarios	77.871,36					
<b>Total Ingresos</b>	<b>259.571,20</b>	<b>124.200,00</b>	<b>154.836,00</b>	<b>190.307,52</b>	<b>201.725,97</b>	<b>232.450,39</b>
<b>EGRESOS</b>						
Gastos de Administración		77.421,20	35.339,45	38.334,33	37.288,03	40.403,65
Gastos de Publicidad		750,0	750,0	750,0	750,0	750,0
Préstamo Bancario		11306,3	13123,9	15233,6	17682,5	20525,0
Interés		10924,3	9106,8	6997,0	4548,2	1705,6
Participación de Trabaj.		5100,1	16277,1	21458,3	23684,8	28239,4
Impuestos		7225,1	23059,2	30399,2	33553,4	40005,8
(-) Depreciaciones		-27.000,00	-27.000,00	-27.000,00	-27.000,00	-27.000,00
<b>Total Egresos</b>		<b>85.727,03</b>	<b>70.656,32</b>	<b>86.172,43</b>	<b>90.506,85</b>	<b>104.629,58</b>
<b>Flujo Neto Anual</b>	<b>259.571,20</b>	<b>38.472,97</b>	<b>84.179,68</b>	<b>104.135,09</b>	<b>111.219,12</b>	<b>127.820,81</b>
<b>Flujo Acumulado</b>	<b>-259.571,20</b>	<b>-221.098,24</b>	<b>-136.918,55</b>	<b>-32.783,46</b>	<b>78.435,66</b>	<b>206.256,47</b>

Tabla#6 Flujo de Efectivo

## 11.3 Análisis de punto de equilibrio

### COSTO VARIABLE UNITARIO

COSTO VARIABLE TOTAL

# UNIDADES

Costo Variable Total	920,00
Número de Unidades	2.640,00
<b>COSTO VARIABLE UNITARIO</b>	<b>0,33</b>

Tabla# 7 Costo Variable Unitario

### PUNTO DE EQUILIBRIO OPERACIONAL EN DOLARES

## COSTOS FIJOS

1 - (COSTO VARIABLE UNITARIO/PVTA

UNITARIO)

Costos Fijos	\$ 105,171.20
Costo variable unitario	0,33
Precio de Venta Unitario	45,00
<b>PUNTO DE EQUILIBRIO OPERACIONAL</b>	159,956.06

Tabla#8 Punto de Equilibrio Operacional en dólares

## PUNTO DE EQUILIBRIO OPERACIONAL EN UNIDADES

### COSTOS FIJOS

PVTA UNITARIO - CTO VARIABLE UNITARIO

Costos Fijos	\$ 105,171.20
Precio de Venta Unitario	\$ 45,00
Costo Variable Unitario	\$ 0,33
<b>PUNTO DE EQUILIBRIO OPERACIONAL</b>	2,354.58

Tabla # 9 Punto de Equilibrio Operacional en Unidades

#### 11.4 Análisis de sensibilidad (dos escenario 11.1 y 11.2)

El siguiente análisis se lo realiza, en un campo optimista, donde las ventas mensuales aumentaran alrededor de 15% anual. Con lo que las ventas de 2760 anuales pasaran a ser 3120 mil membresías anuales.

#### ESTADO DE RESULTADOS OPTIMISTA

Por el periodo que comprenden desde el Año 1 al Año 5  
Expresado en dólares

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
VENTAS	140.400,00	175.032,00	215.130,24	228.038,05	262.770,00
COSTO DE VENTA (MEMBRESIA)	1.248,00	1.272,96	1.323,88	1.403,31	1.501,54
<b>GASTOS DE OPERACIÓN</b>	<b>78.171,20</b>	<b>36.089,45</b>	<b>39.084,33</b>	<b>38.038,03</b>	<b>41.153,65</b>
GASTOS DE ADMINISTRACION	77.421,20	35.339,45	38.334,33	37.288,03	40.403,65
GASTOS DE PUBLICIDAD	750,00	750,00	750,00	750,00	750,00
<b>UTILIDAD ANTES DE INTERESES E IMPUESTOS</b>	<b>60.980,80</b>	<b>137.669,59</b>	<b>174.722,03</b>	<b>188.596,71</b>	<b>220.114,81</b>
INTERESES	10.924,31	9.106,76	6.997,04	4.548,16	1.705,62
<b>UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS</b>	<b>50.056,49</b>	<b>128.562,83</b>	<b>167.724,99</b>	<b>184.048,55</b>	<b>218.409,18</b>
PARTICIPACION DE TRABAJADORES	7.508,47	19.284,43	25.158,75	27.607,28	32.761,38
IMPUESTOS	10.637,00	27.319,60	35.641,56	39.110,32	46.411,95
<b>UTILIDAD NETA</b>	<b>31.911,01</b>	<b>81.958,81</b>	<b>106.924,68</b>	<b>117.330,95</b>	<b>139.235,85</b>
(-) 10% RESERVA LEGAL	3.191,10	8.195,88	10.692,47	11.733,09	13.923,59
<b>UTILIDAD A DISTRIBUIR ACCIONISTAS</b>	<b>28.719,91</b>	<b>73.762,93</b>	<b>96.232,21</b>	<b>105.597,85</b>	<b>125.312,27</b>

Tabla #10 Estado de Resultado Optimista

#### FLUJO DE EFECTIVO OPTIMISTA

Por el periodo que comprenden desde el Año 1 al Año 5  
Expresado en dólares

	AÑO 0	AÑO1	AÑO2	AÑO3	AÑO4	AÑO5
<b>INGRESOS</b>						
Ventas	-	140.400,00	175.032,00	215.130,24	228.038,05	262.770,00
Aporte de Accionistas	181.699,84					
Préstamos Bancarios	77.871,36					
<b>Total Ingresos</b>	<b>259.571,20</b>	<b>140.400,00</b>	<b>175.032,00</b>	<b>215.130,24</b>	<b>228.038,05</b>	<b>262.770,00</b>
<b>EGRESOS</b>						
Gastos de Administración	-	77.421,20	35.339,45	38.334,33	37.288,03	40.403,65
Gastos de Publicidad	-	750,0	750,0	750,0	750,0	750,0

Préstamo Bancario		11306,3	13123,9	15233,6	17682,5	20525,0
Interés		10924,3	9106,8	6997,0	4548,2	1705,6
Participación de Trabaj.		7508,5	19284,4	25158,7	27607,3	32761,4
Impuestos		10637,0	27319,6	35641,6	39110,3	46412,0
(-) Depreciaciones		-27.000,00	-27.000,00	-27.000,00	-27.000,00	-27.000,00
<b>Total Egresos</b>		<b>91.547,33</b>	<b>77.924,12</b>	<b>95.115,29</b>	<b>99.986,28</b>	<b>115.557,63</b>
<b>Flujo Neto Anual</b>	<b>259.571,20</b>	<b>48.852,67</b>	<b>97.107,88</b>	<b>120.014,95</b>	<b>128.051,77</b>	<b>147.212,37</b>
<b>Flujo Acumulado</b>	<b>-259.571,20</b>	<b>-210.718,54</b>	<b>-113.610,66</b>	<b>6.404,29</b>	<b>134.456,06</b>	<b>281.668,43</b>

Tabla# 11 Fluyo de Efectivo Optimista

**ESTADO DE RESULTADOS CONSERVADOR**  
**Por el periodo que comprenden desde el Año 1 al Año 5**  
**Expresado en dólares**

	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
VENTAS	108.000,00	134.640,00	165.484,80	175.413,89	202.130,77
COSTO DE VENTA (MEMBRESIA)	960,00	979,20	1.018,37	1.079,47	1.155,03
<b>GASTOS DE OPERACIÓN</b>	<b>78.171,20</b>	<b>36.089,45</b>	<b>39.084,33</b>	<b>38.038,03</b>	<b>41.153,65</b>
GASTOS DE ADMINISTRACION	77.421,20	35.339,45	38.334,33	37.288,03	40.403,65
GASTOS DE PUBLICIDAD	750,00	750,00	750,00	750,00	750,00
<b>UTILIDAD ANTES DE INTERESES E IMPUESTOS</b>	<b>28.868,80</b>	<b>97.571,35</b>	<b>125.382,10</b>	<b>136.296,39</b>	<b>159.822,09</b>
INTERESES	10.924,31	9.106,76	6.997,04	4.548,16	1.705,62
<b>UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS</b>	<b>17.944,49</b>	<b>88.464,59</b>	<b>118.385,06</b>	<b>131.748,22</b>	<b>158.116,46</b>
PARTICIPACION DE TRABAJADORES	2.691,67	13.269,69	17.757,76	19.762,23	23.717,47
IMPUESTOS	3.813,20	18.798,73	25.156,83	27.996,50	33.599,75
<b>UTILIDAD NETA</b>	<b>11.439,61</b>	<b>56.396,18</b>	<b>75.470,48</b>	<b>83.989,49</b>	<b>100.799,24</b>
(-) 10% RESERVA LEGAL	1.143,96	5.639,62	7.547,05	8.398,95	10.079,92
<b>UTILIDAD A DISTRIBUIR ACCIONISTAS</b>	<b>10.295,65</b>	<b>50.756,56</b>	<b>67.923,43</b>	<b>75.590,54</b>	<b>90.719,32</b>

Tabla#12 Estado de Resultados Conservador

**FLUJO DE EFECTIVO CONSERVADOR**  
**Por el periodo que comprenden desde el Año 1 al Año 5**  
**Expresado en dólares**

	<b>AÑO 0</b>	<b>AÑO1</b>	<b>AÑO2</b>	<b>AÑO3</b>	<b>AÑO4</b>	<b>AÑO5</b>
<b>INGRESOS</b>						
Ventas		108.000,00	134.640,00	165.484,80	175.413,89	202.130,77
Aporte de Accionistas	181.699,84					
Préstamos Bancarios	77.871,36					
<b>Total Ingresos</b>	<b>259.571,20</b>	<b>108.000,00</b>	<b>134.640,00</b>	<b>165.484,80</b>	<b>175.413,89</b>	<b>202.130,77</b>
<b>EGRESOS</b>						
Gastos de Administración		77.421,20	35.339,45	38.334,33	37.288,03	40.403,65
Gastos de Publicidad		750,0	750,0	750,0	750,0	750,0
Préstamo Bancario		11306,3	13123,9	15233,6	17682,5	20525,0
Interés		10924,3	9106,8	6997,0	4548,2	1705,6
Participación de Trabajadores		2691,7	13269,7	17757,8	19762,2	23717,5
Impuestos		3813,2	18798,7	25156,8	27996,5	33599,7
(-) Depreciaciones		-27.000,00	-27.000,00	-27.000,00	-27.000,00	-27.000,00
<b>Total Egresos</b>		<b>79.906,73</b>	<b>63.388,51</b>	<b>77.229,57</b>	<b>81.027,41</b>	<b>93.701,52</b>
<b>Flujo Neto Anual</b>	<b>259.571,20</b>	<b>28.093,27</b>	<b>71.251,49</b>	<b>88.255,23</b>	<b>94.386,48</b>	<b>108.429,25</b>
<b>Flujo Acumulado</b>	<b>-259.571,20</b>	<b>-231.477,94</b>	<b>-160.226,45</b>	<b>-71.971,22</b>	<b>22.415,26</b>	<b>130.844,51</b>

Tabla# 13 Flujo de Caja Conservador

**11.5 Análisis de Tasa interna de retorno, índice de rentabilidad, Valor actual neto, Retorno de la inversión**

**VAN (Valor Actual Neto)**

“Es el método más conocido, mejor y más generalmente aceptado por los evaluadores de proyectos. Mide la rentabilidad deseada después de recuperar toda la inversión. Para ello, calcula el valor actual de todos los flujos futuros de caja, proyectados a partir del primer período de operación, y le resta la inversión total expresada en el momento cero” (Sapag Chaín, 2007)

<b>VAN</b>		
<b>AÑO</b>	<b>FLUJO</b>	<b>DETALLE</b>

2015	38.472,97	
2016	84.179,68	
2017	104.135,09	
2018	111.219,12	
2019	127.820,81	
<b>TCCPP</b>		17,10%
<b>VAN</b>		276.298,26
<b>INV INIC</b>		259.571,20
<b>Proyecto Aceptado</b>		16.727,06

Tabla # 14 VAN

El proyecto tiene un Valor Actual Neto de \$276.298,26, esta cantidad es superior a la inversión inicial que fue \$259.571,20, la diferencia es de \$16.727,06, esta es la utilidad obtenida en el transcurso de los cinco años traída al presente. Para que el proyecto sea viable debe cumplir la premisa  $VAN > Inversión\ inicial$ , y este requisito lo cumple y el proyecto es viable.

#### **TIR (Tasa Interna de retorno)**

“La tasa interna de retorno (TIR) de un proyecto de inversión es la tasa de descuento (i) que hace que el valor actual de los flujos de beneficios (positivos) sea igual al valor actual de los flujos de inversión (negativos). En otras palabras, la TIR es la tasa que descuenta los flujos asociados con un valor exactamente de cero.” (Jiménez Boulanger, Espinoza Gutiérrez, & Fonseca Retana, 2007)

<b>TIR</b>		
<b>AÑO</b>	<b>FLUJO</b>	
AÑO 0	-259.571,20	
AÑO1	38.472,97	
AÑO2	84.179,68	
AÑO3	104.135,09	
AÑO4	111.219,12	
AÑO5	127.820,81	
<b>TIR</b>		19,44%

<b>Proyecto Aceptado</b>	17,10%
--------------------------	--------

Tabla# 15 TIR

La tasa interna de retorno mínimo para ser aceptado debe ser de 17,10%, y la TIR que resulto en el proyecto fue de 19,44%. Se concluye que al ser la TIR resultante > Rentabilidad exigida, por este criterio es viable la aplicación del proyecto.

### Retorno de la inversión

INV. INICIAL	259.571,20	
<b>ENTRADAS OPERATIVAS</b>		<b>Acumulación</b>
AÑO 1	38.472,97	38.472,97
AÑO2	84.179,68	122.652,65
AÑO3	104.135,09	226.787,74
AÑO4	111.219,12	338.006,86
AÑO5	127.820,81	465.827,67

Tabla#16 Retorno de la Inversión

El retorno de la inversión se da a fines del tercer año.

### Índice de Rentabilidad

El índice de rentabilidad según (Van Horne & Wachowicz , 2002) es: “El índice de rentabilidad (IR), o razón costo beneficio, de un proyecto es la relación entre valor presente de los flujos futuros de efectivo y el gasto inicial” (340p).

<b>Índice de Rentabilidad</b>		
<b>AÑO</b>	<b>FLUJO</b>	<b>DETALLE</b>
2015	38.472,97	
2016	84.179,68	
2017	104.135,09	

2018	111.219,12	
2019	127.820,81	
<b>TCCPP</b>		17,10%
<b>VAN</b>		276.298,26
<b>INV INIC</b>		259.571,20
<b>Índice de Rentabilidad</b>		1,06
<b>Proyecto aceptado</b>		1,00

Tabla #17 Índice de Rentabilidad

$$IR = \frac{VAN}{Inversión}$$

El índice de rentabilidad resultante de 1,06 es mayor al mínimo aceptable que es de 1 por lo que el proyecto en este criterio es viable.

El margen de Utilidad Neta	18,10%
Rotación de Activos Totales	0,57
Multiplicador de apalancamiento financiero (MAF)	1,19
Rendimiento sobre los activos Totales (ROA)	0,10
Rendimiento sobre el patrimonio (ROE)	0,23

Tabla #18 Análisis Dupont

## 12 Viabilidad de Proyecto

- Los criterios de evaluación de un proyecto tuvieron resultados favorables, tanto el VAN, el TIR, los Índices de Rentabilidad y el Retorno de la Inversión.
- Existe la predisposición de la población en realizar ejercicio, y el 67% de los encuestados consideran los gimnasios de Quevedo de buenos y regular.

- Los servicios que brindan los gimnasios de la ciudad de Quevedo no van acorde a las necesidades de la población.

## Bibliografía

(s.f.).

Cuerpo de Bombero de Cuenca. (s.f.). *Bomberos*. Recuperado el 8 de Septiembre de 2014, de <http://www.bomberos.gob.ec/servicios-a-la-comunidad/PERMISOS-PARA-LOCALES-COMERCIALES/30>

El Telegrafo. (20 de Diciembre de 2013). *Telegrafo*. Recuperado el 19 de Agosto de 2014, de <http://www.telegrafo.com.ec/sociedad/item/seis-de-cada-10-adultos-tiene-sobrepeso-en-el-pais.html>

El Universo. (11 de Febrero de 2014). *El Universo*. Recuperado el 6 de Septiembre de 2014, de <http://www.eluniverso.com/noticias/2014/02/11/nota/2172581/permisos-funcionamiento-locales-comerciales-seran-internet>

Jiménez Boulanger, F. J., Espinoza Gutiérrez, C. L., & Fonseca Retana, L. (2007). Técnicas de evaluación económica de inversiones. En F. J. Jiménez Boulanger, C. L. Espinoza Gutiérrez, & L. Fonseca Retana, *Ingeniería Económica* (pág. 82). Editorial Tecnológica de Costa Rica.

La Hora. (4 de Septiembre de 2011). *lahora.com.ec*. Recuperado el 28 de Agosto de 2014, de [http://www.lahora.com.ec/index.php/noticias/show/1101199412/-1/En\\_Los\\_R%C3%ADos\\_somos\\_778.115\\_habitantes.html#.VAArpfkwAbg](http://www.lahora.com.ec/index.php/noticias/show/1101199412/-1/En_Los_R%C3%ADos_somos_778.115_habitantes.html#.VAArpfkwAbg)

Propiedad Intelectual. (s.f.). *Propiedad Intelectual*. Recuperado el 6 de Septiembre de 2014, de <http://www.propiedadintelectual.gob.ec/tasas/>

Restrepo Puerta , L. F. (s.f.). Desarrolle ventajas en toda la cadena de valor. En L. Restrepo Puerta , *Interpretando a Porter* (pág. 20).

Sapag Chaín, N. (2007). 7. Cómo construir los flujos de caja de proyecto. En N. Sapag Chaín ,  
*Proyectos de inversión Formulación y evaluación* (Primera Edición ed., pág. 253).  
México: Progreso.

TAMAYO, G. A. (2008). Recuperado el 21 de Agosto de 2014, de  
<http://viref.udea.edu.co/contenido/pdf/143-mercadeo.pdf>

Van Horne, J. C., & Wachowicz , J. M. (2002). Inversión en activos de capital. En J. C. Van  
Horne, & J. M. Wachowicz, *Fundamento de administración financiera* (Undécima ed.,  
pág. 340).

## **14 Anexo**

### **14.1 Encuesta**

Edad: \_\_\_\_\_ Sexo: \_\_\_\_\_

1.- ¿Con que frecuencia realiza usted ejercicio?

1-2 veces por semana

2-4 veces por semana

5-7 veces por semana

No hago ejercicio

2.- ¿Qué tipo de ejercicio realiza o le gustaría realizar aeróbico (bicicleta, natación, trotar, etc) o anaeróbico (pesas) Si su respuesta es no, terminar la encuesta

Aeróbico

Anaeróbico

Ambos

No realizo

3.- ¿Dónde por lo general usted realiza ejercicio?

Gimnasio

Parque

Casa

Otro: \_\_\_\_\_

4.- ¿Cómo califica al gimnasio donde acude?

Excelente

Muy bueno

Bueno

Regular

5- ¿Por qué medio conoció usted el Gimnasio al que acude?

Publicidad Radial

Revistas

Periódico

Televisión

Por consejo de un amigo/a

6.- De las siguientes opciones elija ¿Con cuáles cumple gimnasio al que va? (marque con una X)

Precio	
Horarios flexibles	
Ubicación	
Higiene de los baños	
Maquinas Nuevas o en buen estado	
Instructor Capacitado	
Ambiente Confortable (música, decoración de local)	
Higiene de las maquinas	
Gran Variedad de maquinas	
Mancuernas de todo peso	
Que cuente con ducha y camerino	
Casilleros	

7.- ¿Cree usted que algún gimnasio de Quevedo cumpla con todas las opciones de la pregunta anterior?

Sí

No

8.- ¿Le gustaría ir un gimnasio que cumpla con todas las opciones de la pregunta 6?

Sí

No

9.- ¿Cuánto pagarías mensual por un gimnasio que te ofrezca máquinas de fuerza nuevas de primer nivel, variedad de máquinas de cardio como bicicleta, elíptica y caminadoras cómodas, con un entrenador capacitado para brindarle el mejor servicio, así como llevar un ficha tus avances de una manera periódica, todo esto en un lugar amplio, cómodo e higiénico ?

\$40- \$50

\$55-\$65

\$70-75

10.- Pagaría usted membresías mensuales, trimestrales, semestrales y anuales con un descuento en el precio y adicionalmente recibes semanas después de la duración de la membresía totalmente gratis?

Si

No

11.- ¿Por qué medios informativos usted se entera de producto o servicio?

Periódico

Revista

Radio

Televisión

Otros (mencione):

## Plan Financiero

### INVERSIÓN INICIAL

<b>GASTOS DE ARRANQUE</b>	
ACTIVOS FIJOS	181.400,00
CAPITAL DE TRABAJO	78.171,20
<b>TOTAL</b>	<b>259.571,20</b>

<b>Capital de Trabajo</b>	
GASTOS DE PUBLICIDAD	750,00
GASTOS ADMINISTRATIVOS	77.421,20
<b>Capital de Trabajo</b>	<b>78.171,20</b>

<b>FINANCIAMIENTO</b>	<b>%</b>	<b>INVERSION</b>	<b>COST K</b>	<b>COST K PROM.POND</b>
APORTE ACCIONISTAS	70,00%	181.699,84	0,180	0,13
PRESTAMO BANCARIO L/P	30,00%	77.871,36	0,150	0,05
<b>TOTAL</b>	<b>ç</b>	<b>259.571,20</b>		<b>0,17</b>

<b>Anexo Acciones Comunes</b>			<b>N. ACCION</b>
	50%	90.849,92	90.850
	50%	90.849,92	90.850
<b>TOTAL CAPITAL PROPIO</b>		<b>181.699,84</b>	<b>181.700</b>

<b>VALOR POR ACCION</b>	<b>1,00</b>
-------------------------	-------------

<b>NUMERO DE ACCIONES</b>	<b>181.700</b>
---------------------------	----------------

### PRESUPUESTO DE VENTAS

Por los periodos que comprenden desde el Año 1 al Año 5

Membresías vendidas

PRESUPUESTO DE VENTAS EN UNIDADES						
PRODUCTO	AÑO1	AÑO2	AÑO3	AÑO4	AÑO5	TOTAL
Membresías	2.760	2.815	2.928	3.103	3.321	14.927

Precio de membresía

PRECIOS DE VENTA						
PRODUCTO	AÑO1	AÑO2	AÑO3	AÑO4	AÑO5	TOTAL
Costo	\$ 45,00	\$ 55,00	\$ 65,00	\$ 65,00	\$ 70,00	\$ 300,00

TOTAL

PRESUPUESTO DE VENTAS EN DÓLARES						
PRODUCTO	AÑO1	AÑO2	AÑO3	AÑO4	AÑO5	TOTAL
membresía	124.200,00	154.836,00	190.307,52	201.725,97	232.450,39	903.519,88

### GASTOS DE PUBLICIDAD

Por el periodo que comprenden desde el Año 1 al Año 5

Expresado en dólares

PRODUCTO	AÑO1	AÑO2	AÑO3	AÑO4	AÑO5	TOTAL
PUBLICIDAD PERIODICO	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
ANUNCIOS INTERNET	250,00	250,00	250,00	250,00	250,00	1.250,00
ANUNCIOS DE REVISTA	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	2.500,00
VAYA PUBLICITARIA		0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
<b>TOTAL</b>	<b>750,00</b>	<b>750,00</b>	<b>750,00</b>	<b>750,00</b>	<b>750,00</b>	<b>3.750,00</b>

**GASTOS DE ADMINISTRACION**  
**Por los periodo que comprenden desde el Año 1 al Año 5**  
**Expresado en dólares**

CENTRO DE COSTO:	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
<b>PERSONAL</b>					
SUELDOS	25.560,00	26.071,20	26.592,62	27.124,48	27.666,97
BENEFICIOS SOCIAL	672,10	685,55	699,26	713,24	727,51
CAPACITACION Y ENTRENAMIENTO	2.000,00	0,00	2.040,00	0,00	2.080,80
<b>TOTAL</b>	<b>28.232,10</b>	<b>26.756,75</b>	<b>29.331,88</b>	<b>27.837,72</b>	<b>30.475,27</b>
<b>SERVICIOS BASICOS Y ADECUACION</b>					
GASTOS ADECUACION LOCAL	40.000,00	0,00	0,00	0,00	0,00
ENERGIA ELECTRICA	3.600,00	3.888,00	4.199,04	4.534,96	4.897,76
AGUA POTABLE	200,00	210,00	220,50	231,53	243,10
TELEFONO	180,00	189,00	198,45	208,37	218,79
INTERNET	540,00	561,60	584,06	607,43	631,72
<b>TOTAL</b>	<b>44.520,00</b>	<b>4.848,60</b>	<b>5.202,05</b>	<b>5.582,29</b>	<b>5.991,38</b>
<b>GASTOS LEGALES Y TASAS</b>					
GASTOS DE CONSTITUCIÓN	600,00				
PATENTE Y MARCA	400,00				
<b>TOTAL</b>	<b>1.000,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>
<b>MANTENIMIENTO Y REPARACIONES</b>					
EQUIPOS DE OFICINA	60,00	61,20	62,42	63,67	64,95
EQUIPO DE COMPUTO Y COMUNICACIONES	70,00	71,40	72,83	74,28	75,77
<b>TOTAL</b>	<b>130,00</b>	<b>132,60</b>	<b>135,25</b>	<b>137,96</b>	<b>140,72</b>
<b>DEPRECIACIONES Y AMORTIZACIONES</b>					
DEPRECIACIONES	419,10	419,10	419,10	419,10	419,10
<b>TOTAL</b>	<b>419,10</b>	<b>419,10</b>	<b>419,10</b>	<b>419,10</b>	<b>419,10</b>
<b>OTROS</b>					
MATERIALES DE ASEO	2.040,00	2.080,80	2.122,42	2.164,86	2.208,16
SUMINISTROS DE OFICINA	1.080,00	1.101,60	1.123,63	1.146,10	1.169,03
<b>TOTAL</b>	<b>3.120,00</b>	<b>3.182,40</b>	<b>3.246,05</b>	<b>3.310,97</b>	<b>3.377,19</b>
<b>TOTAL CENTRO DE COSTO Y/O GESTION</b>	<b>77.421,20</b>	<b>35.339,45</b>	<b>38.334,33</b>	<b>37.288,03</b>	<b>40.403,65</b>

**BALANCE GENERAL**  
**Por el periodo que comprenden desde el Año 1 al Año 5**  
**Expresado en dólares**

	AÑO 0	AÑO1	AÑO2	AÑO3	AÑO4	AÑOS
<b><u>ACTIVO</u></b>	-					
<b><u>ACTIVO CORRIENTE</u></b>	-					
Bancos		128.350,25	165.996,80	162.141,98	133.673,07	120.199,41
<b>TOTAL ACTIVO CORRIENTE</b>		<b>128.350,25</b>	<b>165.996,80</b>	<b>162.141,98</b>	<b>133.673,07</b>	<b>120.199,41</b>
<b><u>ACTIVOS FIJOS</u></b>	-					
Equipos de Oficina		300,00	300,00	300,00	300,00	300,00
Maquinaria		140.000,00	140.000,00	140.000,00	140.000,00	140.000,00
Equipos de Computación		1.100,00	1.100,00	1.100,00	1.100,00	1.100,00
<b>COSTO</b>		<b>141.400,00</b>	<b>141.400,00</b>	<b>141.400,00</b>	<b>141.400,00</b>	<b>141.400,00</b>
(-) Depreciación Acumulada		27.419,10	54.838,20	82.257,30	109.257,30	136.257,30
<b>TOTAL ACTIVO FIJO</b>		<b>168.819,10</b>	<b>196.238,20</b>	<b>223.657,30</b>	<b>250.657,30</b>	<b>277.657,30</b>
<b>TOTAL ACTIVOS</b>		<b>297.169,35</b>	<b>362.235,00</b>	<b>385.799,28</b>	<b>384.330,37</b>	<b>397.856,71</b>
<b><u>PASIVOS</u></b>	-					
<b><u>PASIVO CORRIENTES</u></b>	-					
Participación Trabajadores		5.100,07	16.277,06	21.458,25	23.684,76	28.239,42
IVA Cobrado		14.904,00	18.580,32	22.836,90	24.207,12	27.894,05
cuentas por pagar						
Impuestos por Pagar		7.225,10	23.059,16	30.399,19	33.553,41	40.005,85
<b>TOTAL PASIVO CORRIENTES</b>		<b>27.229,18</b>	<b>57.916,54</b>	<b>74.694,35</b>	<b>81.445,28</b>	<b>96.139,32</b>
<b><u>PASIVOS NO CORRIENTE</u></b>	-					
Prestamos Bancarios		66.565,02	53.441,13	38.207,51	20.525,03	0,00
<b>TOTAL PASIVO NO CORRIENTES</b>		<b>66.565,02</b>	<b>53.441,13</b>	<b>38.207,51</b>	<b>20.525,03</b>	<b>0,00</b>
<b>TOTAL PASIVOS</b>		<b>93.794,19</b>	<b>111.357,67</b>	<b>112.901,86</b>	<b>101.970,31</b>	<b>96.139,32</b>
<b>PATRIMONIO</b>						
Capital Propio		181.699,84	181.699,84	181.699,84	181.699,84	181.699,84
Utilidades del Ejercicio		21.675,31	69.177,49	91.197,58	100.660,22	120.017,55
Utilidades Acumuladas		21.675,31	90.852,80	182.050,38	282.710,60	402.728,15
<b>TOTAL PATRIMONIO</b>		<b>203.375,15</b>	<b>250.877,33</b>	<b>272.897,42</b>	<b>282.360,06</b>	<b>301.717,39</b>
<b>TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO</b>		<b>297.169,35</b>	<b>362.235,00</b>	<b>385.799,28</b>	<b>384.330,37</b>	<b>397.856,71</b>

### FLUJO DE EFECTIVO

Por el periodo que comprenden desde el Año 1 al Año 5  
Expresado en dólares

	AÑO 0	AÑO1	AÑO2	AÑO3	AÑO4	AÑO5
<b>INGRESOS</b>						
Ventas		124.200,00	154.836,00	190.307,52	201.725,97	232.450,39
Aporte de Accionistas	181.699,84					
Préstamos Bancarios	77.871,36					
<b>Total Ingresos</b>	<b>259.571,20</b>	<b>124.200,00</b>	<b>154.836,00</b>	<b>190.307,52</b>	<b>201.725,97</b>	<b>232.450,39</b>
<b>EGRESOS</b>						
Gastos de Administración		77.421,20	35.339,45	38.334,33	37.288,03	40.403,65
Gastos de Publicidad		750,0	750,0	750,0	750,0	750,0
Préstamo Bancario		11306,3	13123,9	15233,6	17682,5	20525,0
Interés		10924,3	9106,8	6997,0	4548,2	1705,6
Participación de Trabaj.		5100,1	16277,1	21458,3	23684,8	28239,4
Impuestos		7225,1	23059,2	30399,2	33553,4	40005,8
(-) Depreciaciones		-27.000,00	-27.000,00	-27.000,00	-27.000,00	-27.000,00
<b>Total Egresos</b>		<b>85.727,03</b>	<b>70.656,32</b>	<b>86.172,43</b>	<b>90.506,85</b>	<b>104.629,58</b>
<b>Flujo Neto Anual</b>	<b>259.571,20</b>	<b>38.472,97</b>	<b>84.179,68</b>	<b>104.135,09</b>	<b>111.219,12</b>	<b>127.820,81</b>
<b>Flujo Acumulado</b>	<b>-259.571,20</b>	<b>-221.098,24</b>	<b>-136.918,55</b>	<b>-32.783,46</b>	<b>78.435,66</b>	<b>206.256,47</b>

### ESTADO DE RESULTADOS

Por el periodo que comprenden desde el Año 1 al Año 5  
Expresado en dólares

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
VENTAS	124.200,00	154.836,00	190.307,52	201.725,97	232.450,39
COSTO DE VENTA (MEMBRESIA)	1.104,00	1.126,08	1.171,12	1.241,39	1.328,29
<b>GASTOS DE OPERACIÓN</b>	<b>78.171,20</b>	<b>36.089,45</b>	<b>39.084,33</b>	<b>38.038,03</b>	<b>41.153,65</b>
GASTOS DE ADMINISTRACION	77.421,20	35.339,45	38.334,33	37.288,03	40.403,65
GASTOS DE PUBLICIDAD	750,00	750,00	750,00	750,00	750,00
<b>UTILIDAD ANTES DE INTERESES E IMPUESTOS</b>	<b>44.924,80</b>	<b>117.620,47</b>	<b>150.052,06</b>	<b>162.446,55</b>	<b>189.968,45</b>
INTERESES	10.924,31	9.106,76	6.997,04	4.548,16	1.705,62
<b>UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS</b>	<b>34.000,49</b>	<b>108.513,71</b>	<b>143.055,03</b>	<b>157.898,39</b>	<b>188.262,82</b>
PARTICIPACION DE TRABAJADORES	5.100,07	16.277,06	21.458,25	23.684,76	28.239,42
IMPUESTOS	7.225,10	23.059,16	30.399,19	33.553,41	40.005,85
<b>UTILIDAD NETA</b>	<b>21.675,31</b>	<b>69.177,49</b>	<b>91.197,58</b>	<b>100.660,22</b>	<b>120.017,55</b>
(-) 10% RESERVA LEGAL	2.167,53	6.917,75	9.119,76	10.066,02	12.001,75
<b>UTILIDAD A DISTRIBUIR ACCIONISTAS</b>	<b>19.507,78</b>	<b>62.259,74</b>	<b>82.077,82</b>	<b>90.594,20</b>	<b>108.015,79</b>

VAN		
AÑO	FLUJO	DETALLE
2015	38.472,97	
2016	84.179,68	
2017	104.135,09	
2018	111.219,12	
2019	127.820,81	
<b>TCCPP</b>		17,10%
<b>VAN</b>		276.298,26
<b>INV INIC</b>		259.571,20
<b>Proyecto Aceptado</b>		16.727,06

TIR		
AÑO	FLUJO	
AÑO 0	-259.571,20	
AÑO1	38.472,97	
AÑO2	84.179,68	
AÑO3	104.135,09	
AÑO4	111.219,12	
AÑO5	127.820,81	
<b>TIR</b>		19,44%
<b>Proyecto Aceptado</b>		17,10%

VAN		
AÑO	FLUJO	DETALLE
2015	38.472,97	
2016	84.179,68	
2017	104.135,09	
2018	111.219,12	
2019	127.820,81	
<b>TCCPP</b>		17,10%
<b>VAN</b>		276.298,26
<b>INV INIC</b>		259.571,20
<b>Índice de Rentabilidad</b>		1,06
<b>Proyecto aceptado</b>		1,00

<b>INV. INICIAL</b>	259.571,20	
<b>ENTRADAS OPERATIVAS</b>		<b>Acumulación</b>
AÑO 1	38.472,97	38.472,97
AÑO2	84.179,68	122.652,65
AÑO3	104.135,09	226.787,74
AÑO4	111.219,12	338.006,86
AÑO5	127.820,81	465.827,67

## Plan Financiero Optimista

### INVERSIÓN INICIAL

<b>GASTOS DE ARRANQUE</b>	
ACTIVOS FIJOS	181.400,00
CAPITAL DE TRABAJO	78.171,20
<b>TOTAL</b>	<b>259.571,20</b>

<b>Capital de Trabajo</b>	
GASTOS DE PUBLICIDAD	750,00
GASTOS ADMINISTRATIVOS	77.421,20
<b>Capital de Trabajo</b>	<b>78.171,20</b>

<b>FINANCIAMIENTO</b>	<b>%</b>	<b>INVERSION</b>	<b>COST K</b>	<b>COST K PROM.POND</b>
APORTE ACCIONISTAS	70,00%	181.699,84	0,180	0,13
PRESTAMO BANCARIO L/P	30,00%	77.871,36	0,150	0,05
<b>TOTAL</b>	s	<b>259.571,20</b>		<b>0,17</b>

<b>Anexo Acciones Comunes</b>			<b>N. ACCION</b>
	50%	90.849,92	90.850
	50%	90.849,92	90.850
<b>TOTAL CAPITAL PROPIO</b>		<b>181.699,84</b>	<b>181.700</b>

<b>VALOR POR ACCION</b>	<b>1,00</b>
-------------------------	-------------

<b>NUMERO DE ACCIONES</b>	<b>181.700</b>
---------------------------	----------------

**PRESUPUESTO DE VENTAS**  
**Por los periodos que comprenden desde el Año 1 al Año 5**

Membresías vendidas

<b>PRESUPUESTO DE VENTAS EN UNIDADES</b>						
<b>PRODUCTO</b>	<b>AÑO1</b>	<b>AÑO2</b>	<b>AÑO3</b>	<b>AÑO4</b>	<b>AÑO5</b>	<b>TOTAL</b>
Membresías	3.120	3.182	3.310	3.508	3.754	16.874

Precio de membresía

<b>PRECIOS DE VENTA</b>						
<b>PRODUCTO</b>	<b>AÑO1</b>	<b>AÑO2</b>	<b>AÑO3</b>	<b>AÑO4</b>	<b>AÑO5</b>	<b>TOTAL</b>
Costo	\$ 45,00	\$ 55,00	\$ 65,00	\$ 65,00	\$ 70,00	\$ 300,00

TOTAL

<b>PRESUPUESTO DE VENTAS EN DÓLARES</b>						
<b>PRODUCTO</b>	<b>AÑO1</b>	<b>AÑO2</b>	<b>AÑO3</b>	<b>AÑO4</b>	<b>AÑO5</b>	<b>TOTAL</b>
Membresía	140.400,00	175.032,00	215.130,24	228.038,05	262.770,00	1.021.370,30

**GASTOS DE PUBLICIDAD**

**Por el periodo que comprenden desde el Año 1 al Año 5**  
**Expresado en dólares**

<b>PRODUCTO</b>	<b>AÑO1</b>	<b>AÑO2</b>	<b>AÑO3</b>	<b>AÑO4</b>	<b>AÑO5</b>	<b>TOTAL</b>
PUBLICIDAD PERIODICO	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
ANUNCIOS INTERNET	250,00	250,00	250,00	250,00	250,00	1.250,00
ANUNCIOS DE REVISTA	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	2.500,00
VAYA PUBLICITARIA		0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
<b>TOTAL</b>	<b>750,00</b>	<b>750,00</b>	<b>750,00</b>	<b>750,00</b>	<b>750,00</b>	<b>3.750,00</b>

**GASTOS DE ADMINISTRACION**  
**Por los periodo que comprenden desde el Año 1 al Año 5**  
**Expresado en dólares**

<b>CENTRO DE COSTO:</b>	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
<b>PERSONAL</b>					
SUELDOS	25.560,00	26.071,20	26.592,62	27.124,48	27.666,97
BENEFICIOS SOCIAL	672,10	685,55	699,26	713,24	727,51
CAPACITACION Y ENTRENAMIENTO	2.000,00	0,00	2.040,00	0,00	2.080,80
<b>TOTAL</b>	<b>28.232,10</b>	<b>26.756,75</b>	<b>29.331,88</b>	<b>27.837,72</b>	<b>30.475,27</b>
<b>SERVICIOS BASICOS Y ADECUACION</b>					
GASTOS ADECUACION LOCAL	40.000,00	0,00	0,00	0,00	0,00
ENERGIA ELECTRICA	3.600,00	3.888,00	4.199,04	4.534,96	4.897,76
AGUA POTABLE	200,00	210,00	220,50	231,53	243,10
TELEFONO	180,00	189,00	198,45	208,37	218,79
INTERNET	540,00	561,60	584,06	607,43	631,72
<b>TOTAL</b>	<b>44.520,00</b>	<b>4.848,60</b>	<b>5.202,05</b>	<b>5.582,29</b>	<b>5.991,38</b>
<b>GASTOS LEGALES Y TASAS</b>					
GASTOS DE CONSTITUCIÓN	600,00				
PATENTE Y MARCA	400,00				
<b>TOTAL</b>	<b>1.000,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>
<b>MANTENIMIENTO Y REPARACIONES</b>					
EQUIPOS DE OFICINA	60,00	61,20	62,42	63,67	64,95
EQUIPO DE COMPUTO Y COMUNICACIONES	70,00	71,40	72,83	74,28	75,77
<b>TOTAL</b>	<b>130,00</b>	<b>132,60</b>	<b>135,25</b>	<b>137,96</b>	<b>140,72</b>
<b>DEPRECIACIONES Y AMORTIZACIONES</b>					
DEPRECIACIONES	419,10	419,10	419,10	419,10	419,10
<b>TOTAL</b>	<b>419,10</b>	<b>419,10</b>	<b>419,10</b>	<b>419,10</b>	<b>419,10</b>
<b>OTROS</b>					
MATERIALES DE ASEO	2.040,00	2.080,80	2.122,42	2.164,86	2.208,16
SUMINISTROS DE OFICINA	1.080,00	1.101,60	1.123,63	1.146,10	1.169,03
<b>TOTAL</b>	<b>3.120,00</b>	<b>3.182,40</b>	<b>3.246,05</b>	<b>3.310,97</b>	<b>3.377,19</b>
<b>TOTAL CENTRO DE COSTO Y/O GESTION</b>	<b>77.421,20</b>	<b>35.339,45</b>	<b>38.334,33</b>	<b>37.288,03</b>	<b>40.403,65</b>

**BALANCE GENERAL**  
**Por el periodo que comprenden desde el Año 1 al Año 5**  
**Expresado en dólares**

	AÑO 0	AÑO1	AÑO2	AÑO3	AÑO4	AÑO5
<b><u>ACTIVO</u></b>	-					
<b><u>ACTIVO CORRIENTE</u></b>	-					
Bancos		146.350,25	188.469,44	189.790,67	162.980,68	153.984,13
<b>TOTAL ACTIVO CORRIENTE</b>		<b>146.350,25</b>	<b>188.469,44</b>	<b>189.790,67</b>	<b>162.980,68</b>	<b>153.984,13</b>
<b><u>ACTIVOS FIJOS</u></b>	-					
Equipos de Oficina		300,00	300,00	300,00	300,00	300,00
Maquinaria		140.000,00	140.000,00	140.000,00	140.000,00	140.000,00
Equipos de Computación		1.100,00	1.100,00	1.100,00	1.100,00	1.100,00
<b>COSTO</b>		<b>141.400,00</b>	<b>141.400,00</b>	<b>141.400,00</b>	<b>141.400,00</b>	<b>141.400,00</b>
(-) Depreciación Acumulada		27.419,10	54.838,20	82.257,30	109.257,30	136.257,30
<b>TOTAL ACTIVO FIJO</b>		<b>168.819,10</b>	<b>196.238,20</b>	<b>223.657,30</b>	<b>250.657,30</b>	<b>277.657,30</b>
<b>TOTAL ACTIVOS</b>		<b>315.169,35</b>	<b>384.707,64</b>	<b>413.447,97</b>	<b>413.637,98</b>	<b>431.641,43</b>
<b><u>PASIVOS</u></b>	-					
<b><u>PASIVO CORRIENTES</u></b>	-					
Participación Trabajadores		7.508,47	19.284,43	25.158,75	27.607,28	32.761,38
IVA Cobrado		16.848,00	21.003,84	25.815,63	27.364,57	31.532,40
cuentas por pagar						
Impuestos por Pagar		10.637,00	27.319,60	35.641,56	39.110,32	46.411,95
<b>TOTAL PASIVO CORRIENTES</b>		<b>34.993,48</b>	<b>67.607,87</b>	<b>86.615,94</b>	<b>94.082,17</b>	<b>110.705,73</b>
<b><u>PASIVOS NO CORRIENTE</u></b>	-					
Préstamos Bancarios		66.565,02	53.441,13	38.207,51	20.525,03	0,00
<b>TOTAL PASIVO NO CORRIENTES</b>		<b>66.565,02</b>	<b>53.441,13</b>	<b>38.207,51</b>	<b>20.525,03</b>	<b>0,00</b>
<b>TOTAL PASIVOS</b>		<b>101.558,49</b>	<b>121.048,99</b>	<b>124.823,45</b>	<b>114.607,19</b>	<b>110.705,73</b>
<b>PATRIMONIO</b>						
Capital Propio		181.699,84	181.699,84	181.699,84	181.699,84	181.699,84
Utilidades del Ejercicio		31.911,01	81.958,81	106.924,68	117.330,95	139.235,85
Utilidades Acumuladas		31.911,01	113.869,82	220.794,50	338.125,45	477.361,30
<b>TOTAL PATRIMONIO</b>		<b>213.610,85</b>	<b>263.658,65</b>	<b>288.624,52</b>	<b>299.030,79</b>	<b>320.935,70</b>
<b>TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO</b>		<b>315.169,35</b>	<b>384.707,64</b>	<b>413.447,97</b>	<b>413.637,98</b>	<b>431.641,43</b>

**FLUJO DE EFECTIVO OPTIMISTA**  
**Por el periodo que comprenden desde el Año 1 al Año 5**  
**Expresado en dólares**

	<b>AÑO 0</b>	<b>AÑO1</b>	<b>AÑO2</b>	<b>AÑO3</b>	<b>AÑO4</b>	<b>AÑO5</b>
<b>INGRESOS</b>						
Ventas		140.400,00	175.032,00	215.130,24	228.038,05	262.770,00
Aporte de Accionistas	181.699,84					
Préstamos Bancarios	77.871,36					
<b>Total Ingresos</b>	<b>259.571,20</b>	<b>140.400,00</b>	<b>175.032,00</b>	<b>215.130,24</b>	<b>228.038,05</b>	<b>262.770,00</b>
<b>EGRESOS</b>						
Gastos de Administración		77.421,20	35.339,45	38.334,33	37.288,03	40.403,65
Gastos de Publicidad		750,0	750,0	750,0	750,0	750,0
Préstamo Bancario		11306,3	13123,9	15233,6	17682,5	20525,0
Interés		10924,3	9106,8	6997,0	4548,2	1705,6
Participación de Trabaj.		7508,5	19284,4	25158,7	27607,3	32761,4
Impuestos		10637,0	27319,6	35641,6	39110,3	46412,0
(-) Depreciaciones		-27.000,00	-27.000,00	-27.000,00	-27.000,00	-27.000,00
<b>Total Egresos</b>		<b>91.547,33</b>	<b>77.924,12</b>	<b>95.115,29</b>	<b>99.986,28</b>	<b>115.557,63</b>
<b>Flujo Neto Anual</b>	<b>259.571,20</b>	<b>48.852,67</b>	<b>97.107,88</b>	<b>120.014,95</b>	<b>128.051,77</b>	<b>147.212,37</b>
<b>Flujo Acumulado</b>	<b>-259.571,20</b>	<b>-210.718,54</b>	<b>-113.610,66</b>	<b>6.404,29</b>	<b>134.456,06</b>	<b>281.668,43</b>

**ESTADO DE RESULTADOS OPTIMISTA**  
**Por el periodo que comprenden desde el Año 1 al Año 5**  
**Expresado en dólares**

	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
VENTAS	140.400,00	175.032,00	215.130,24	228.038,05	262.770,00
COSTO DE VENTA (MEMBRESIA)	1.248,00	1.272,96	1.323,88	1.403,31	1.501,54
<b>GASTOS DE OPERACIÓN</b>	<b>78.171,20</b>	<b>36.089,45</b>	<b>39.084,33</b>	<b>38.038,03</b>	<b>41.153,65</b>
GASTOS DE ADMINISTRACION	77.421,20	35.339,45	38.334,33	37.288,03	40.403,65
GASTOS DE PUBLICIDAD	750,00	750,00	750,00	750,00	750,00
<b>UTILIDAD ANTES DE INTERESES E IMPUESTOS</b>	<b>60.980,80</b>	<b>137.669,59</b>	<b>174.722,03</b>	<b>188.596,71</b>	<b>220.114,81</b>
INTERESES	10.924,31	9.106,76	6.997,04	4.548,16	1.705,62
<b>UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS</b>	<b>50.056,49</b>	<b>128.562,83</b>	<b>167.724,99</b>	<b>184.048,55</b>	<b>218.409,18</b>
PARTICIPACION DE TRABAJADORES	7.508,47	19.284,43	25.158,75	27.607,28	32.761,38
IMPUESTOS	10.637,00	27.319,60	35.641,56	39.110,32	46.411,95
<b>UTILIDAD NETA</b>	<b>31.911,01</b>	<b>81.958,81</b>	<b>106.924,68</b>	<b>117.330,95</b>	<b>139.235,85</b>
(-) 10% RESERVA LEGAL	3.191,10	8.195,88	10.692,47	11.733,09	13.923,59
<b>UTILIDAD A DISTRIBUIR ACCIONISTAS</b>	<b>28.719,91</b>	<b>73.762,93</b>	<b>96.232,21</b>	<b>105.597,85</b>	<b>125.312,27</b>

VAN		
AÑO	FLUJO	DETALLE
2015	48.852,67	
2016	97.107,88	
2017	120.014,95	
2018	128.051,77	
2019	147.212,37	
<b>TCCPP</b>		17,10%
<b>VAN</b>		322.238,96
<b>INV INIC</b>		259.571,20
<b>Proyecto Aceptado</b>		62.667,76

TIR		
AÑO	FLUJO	
AÑO 0	-259.571,20	
AÑO1	48.852,67	
AÑO2	97.107,88	
AÑO3	120.014,95	
AÑO4	128.051,77	
AÑO5	147.212,37	
<b>TIR</b>		25,60%
<b>Proyecto Aceptado</b>		17,10%

VAN		
AÑO	FLUJO	DETALLE
2015	48.852,67	
2016	97.107,88	
2017	120.014,95	
2018	128.051,77	
2019	147.212,37	
<b>TCCPP</b>		17,10%
<b>VAN</b>		322.238,96
<b>INV INIC</b>		259.571,20
<b>Índice de Rentabilidad</b>		1,24
<b>Proyecto aceptado</b>		1,00

<b>INV. INICIAL</b>	259.571,20	
<b>ENTRADAS OPERATIVAS</b>		<b>Acumulación</b>
AÑO 1	48.852,67	48.852,67
AÑO2	97.107,88	145.960,54
AÑO3	120.014,95	265.975,49
AÑO4	128.051,77	394.027,26
AÑO5	147.212,37	541.239,64

## Plan Financiero Conservador

### INVERSIÓN INICIAL

<b>GASTOS DE ARRANQUE</b>	
ACTIVOS FIJOS	181.400,00
CAPITAL DE TRABAJO	78.171,20
<b>TOTAL</b>	<b>259.571,20</b>

<b>Capital de Trabajo</b>	
GASTOS DE PUBLICIDAD	750,00
GASTOS ADMINISTRATIVOS	77.421,20
<b>Capital de Trabajo</b>	<b>78.171,20</b>

<b>FINANCIAMIENTO</b>	<b>%</b>	<b>INVERSION</b>	<b>COST K</b>	<b>COST K PROM.POND</b>
APORTE ACCIONISTAS	70,00%	181.699,84	0,180	0,13
PRESTAMO BANCARIO L/P	30,00%	77.871,36	0,150	0,05
<b>TOTAL</b>	s	<b>259.571,20</b>		<b>0,17</b>

<b>Anexo Acciones Comunes</b>			<b>N. ACCION</b>
	50%	90.849,92	90.850
	50%	90.849,92	90.850
<b>TOTAL CAPITAL PROPIO</b>		<b>181.699,84</b>	<b>181.700</b>

VALOR POR ACCION	1,00
------------------	------

NUMERO DE ACCIONES	181.700
--------------------	---------

**PRESUPUESTO DE VENTAS**  
**Por los periodos que comprenden desde el Año 1 al Año 5**

Membresías vendidas

<b>PRESUPUESTO DE VENTAS EN UNIDADES</b>						
<b>PRODUCTO</b>	<b>AÑO1</b>	<b>AÑO2</b>	<b>AÑO3</b>	<b>AÑO4</b>	<b>AÑO5</b>	<b>TOTAL</b>
Membresías	2.400	2.448	2.546	2.699	2.888	12.980

Precio de membresía

<b>PRECIOS DE VENTA</b>						
<b>PRODUCTO</b>	<b>AÑO1</b>	<b>AÑO2</b>	<b>AÑO3</b>	<b>AÑO4</b>	<b>AÑO5</b>	<b>TOTAL</b>
Costo	\$ 45,00	\$ 55,00	\$ 65,00	\$ 65,00	\$ 70,00	\$ 300,00

TOTAL

<b>PRESUPUESTO DE VENTAS EN DÓLARES</b>						
<b>PRODUCTO</b>	<b>AÑO1</b>	<b>AÑO2</b>	<b>AÑO3</b>	<b>AÑO4</b>	<b>AÑO5</b>	<b>TOTAL</b>
Membresía	108.000,00	134.640,00	165.484,80	175.413,89	202.130,77	785.669,46

**GASTOS DE PUBLICIDAD**

**Por el periodo que comprenden desde el Año 1 al Año 5**  
**Expresado en dólares**

<b>PRODUCTO</b>	<b>AÑO1</b>	<b>AÑO2</b>	<b>AÑO3</b>	<b>AÑO4</b>	<b>AÑO5</b>	<b>TOTAL</b>
PUBLICIDAD PERIODICO	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
ANUNCIOS INTERNET	250,00	250,00	250,00	250,00	250,00	1.250,00
ANUNCIOS DE REVISTA	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	2.500,00
VAYA PUBLICITARIA		0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
<b>TOTAL</b>	<b>750,00</b>	<b>750,00</b>	<b>750,00</b>	<b>750,00</b>	<b>750,00</b>	<b>3.750,00</b>

**GASTOS DE ADMINISTRACION**  
**Por los periodo que comprenden desde el Año 1 al Año 5**  
**Expresado en dólares**

<b>CENTRO DE COSTO:</b>	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
<b>PERSONAL</b>					
SUELDOS	25.560,00	26.071,20	26.592,62	27.124,48	27.666,97
BENEFICIOS SOCIAL	672,10	685,55	699,26	713,24	727,51
CAPACITACION Y ENTRENAMIENTO	2.000,00	0,00	2.040,00	0,00	2.080,80
<b>TOTAL</b>	<b>28.232,10</b>	<b>26.756,75</b>	<b>29.331,88</b>	<b>27.837,72</b>	<b>30.475,27</b>
<b>SERVICIOS BASICOS Y ADECUACION</b>					
GASTOS ADECUACION LOCAL	40.000,00	0,00	0,00	0,00	0,00
ENERGIA ELECTRICA	3.600,00	3.888,00	4.199,04	4.534,96	4.897,76
AGUA POTABLE	200,00	210,00	220,50	231,53	243,10
TELEFONO	180,00	189,00	198,45	208,37	218,79
INTERNET	540,00	561,60	584,06	607,43	631,72
<b>TOTAL</b>	<b>44.520,00</b>	<b>4.848,60</b>	<b>5.202,05</b>	<b>5.582,29</b>	<b>5.991,38</b>
<b>GASTOS LEGALES Y TASAS</b>					
GASTOS DE CONSTITUCIÓN	600,00				
PATENTE Y MARCA	400,00				
<b>TOTAL</b>	<b>1.000,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>
<b>MANTENIMIENTO Y REPARACIONES</b>					
EQUIPOS DE OFICINA	60,00	61,20	62,42	63,67	64,95
EQUIPO DE COMPUTO Y COMUNICACIONES	70,00	71,40	72,83	74,28	75,77
<b>TOTAL</b>	<b>130,00</b>	<b>132,60</b>	<b>135,25</b>	<b>137,96</b>	<b>140,72</b>
<b>DEPRECIACIONES Y AMORTIZACIONES</b>					
DEPRECIACIONES	419,10	419,10	419,10	419,10	419,10
<b>TOTAL</b>	<b>419,10</b>	<b>419,10</b>	<b>419,10</b>	<b>419,10</b>	<b>419,10</b>
<b>OTROS</b>					
MATERIALES DE ASEO	2.040,00	2.080,80	2.122,42	2.164,86	2.208,16
SUMINISTROS DE OFICINA	1.080,00	1.101,60	1.123,63	1.146,10	1.169,03
<b>TOTAL</b>	<b>3.120,00</b>	<b>3.182,40</b>	<b>3.246,05</b>	<b>3.310,97</b>	<b>3.377,19</b>
<b>TOTAL CENTRO DE COSTO Y/O GESTION</b>	<b>77.421,20</b>	<b>35.339,45</b>	<b>38.334,33</b>	<b>37.288,03</b>	<b>40.403,65</b>

**BALANCE GENERAL**  
**Por el periodo que comprenden desde el Año 1 al Año 5**  
**Expresado en dólares**

	AÑO 0	AÑO1	AÑO2	AÑO3	AÑO4	AÑO5
<b><u>ACTIVO</u></b>	-					
<b><u>ACTIVO CORRIENTE</u></b>	-					
Bancos		110.350,25	143.524,16	134.493,29	104.365,46	86.414,70
<b>TOTAL ACTIVO CORRIENTE</b>		<b>110.350,25</b>	<b>143.524,16</b>	<b>134.493,29</b>	<b>104.365,46</b>	<b>86.414,70</b>
<b><u>ACTIVOS FIJOS</u></b>	-					
Equipos de Oficina		300,00	300,00	300,00	300,00	300,00
Maquinaria		140.000,00	140.000,00	140.000,00	140.000,00	140.000,00
Equipos de Computación		1.100,00	1.100,00	1.100,00	1.100,00	1.100,00
<b>COSTO</b>		<b>141.400,00</b>	<b>141.400,00</b>	<b>141.400,00</b>	<b>141.400,00</b>	<b>141.400,00</b>
(-) Depreciación Acumulada		27.419,10	54.838,20	82.257,30	109.257,30	136.257,30
<b>TOTAL ACTIVO FIJO</b>		<b>168.819,10</b>	<b>196.238,20</b>	<b>223.657,30</b>	<b>250.657,30</b>	<b>277.657,30</b>
<b>TOTAL ACTIVOS</b>		<b>279.169,35</b>	<b>339.762,36</b>	<b>358.150,59</b>	<b>355.022,76</b>	<b>364.072,00</b>
<b><u>PASIVOS</u></b>	-					
<b><u>PASIVO CORRIENTES</u></b>	-					
Participación Trabajadores		2.691,67	13.269,69	17.757,76	19.762,23	23.717,47
IVA Cobrado		12.960,00	16.156,80	19.858,18	21.049,67	24.255,69
cuentas por pagar						
Impuestos por Pagar		3.813,20	18.798,73	25.156,83	27.996,50	33.599,75
<b>TOTAL PASIVO CORRIENTES</b>		<b>19.464,88</b>	<b>48.225,22</b>	<b>62.772,76</b>	<b>68.808,40</b>	<b>81.572,91</b>
<b><u>PASIVOS NO CORRIENTE</u></b>	-					
Préstamos Bancarios		66.565,02	53.441,13	38.207,51	20.525,03	0,00
<b>TOTAL PASIVO NO CORRIENTES</b>		<b>66.565,02</b>	<b>53.441,13</b>	<b>38.207,51</b>	<b>20.525,03</b>	<b>0,00</b>
<b>TOTAL PASIVOS</b>		<b>86.029,89</b>	<b>101.666,34</b>	<b>100.980,27</b>	<b>89.333,42</b>	<b>81.572,91</b>
<b>PATRIMONIO</b>						
Capital Propio		181.699,84	181.699,84	181.699,84	181.699,84	181.699,84
Utilidades del Ejercicio		11.439,61	56.396,18	75.470,48	83.989,49	100.799,24
Utilidades Acumuladas		11.439,61	67.835,79	143.306,27	227.295,76	328.095,00
<b>TOTAL PATRIMONIO</b>		<b>193.139,45</b>	<b>238.096,02</b>	<b>257.170,32</b>	<b>265.689,33</b>	<b>282.499,09</b>
<b>TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO</b>		<b>279.169,35</b>	<b>339.762,36</b>	<b>358.150,59</b>	<b>355.022,76</b>	<b>364.072,00</b>

**FLUJO DE EFECTIVO CONSERVADOR**  
**Por el periodo que comprenden desde el Año 1 al Año 5**  
**Expresado en dólares**

	<b>AÑO 0</b>	<b>AÑO1</b>	<b>AÑO2</b>	<b>AÑO3</b>	<b>AÑO4</b>	<b>AÑO5</b>
<b>INGRESOS</b>						
Ventas		108.000,00	134.640,00	165.484,80	175.413,89	202.130,77
Aporte de Accionistas	181.699,84					
Préstamos Bancarios	77.871,36					
<b>Total Ingresos</b>	<b>259.571,20</b>	<b>108.000,00</b>	<b>134.640,00</b>	<b>165.484,80</b>	<b>175.413,89</b>	<b>202.130,77</b>
<b>EGRESOS</b>						
Gastos de Administración		77.421,20	35.339,45	38.334,33	37.288,03	40.403,65
Gastos de Publicidad		750,0	750,0	750,0	750,0	750,0
Préstamo Bancario		11306,3	13123,9	15233,6	17682,5	20525,0
Interés		10924,3	9106,8	6997,0	4548,2	1705,6
Participación de Trabaj.		2691,7	13269,7	17757,8	19762,2	23717,5
Impuestos		3813,2	18798,7	25156,8	27996,5	33599,7
(-) Depreciaciones		-27.000,00	-27.000,00	-27.000,00	-27.000,00	-27.000,00
<b>Total Egresos</b>		<b>79.906,73</b>	<b>63.388,51</b>	<b>77.229,57</b>	<b>81.027,41</b>	<b>93.701,52</b>
<b>Flujo Neto Anual</b>	<b>259.571,20</b>	<b>28.093,27</b>	<b>71.251,49</b>	<b>88.255,23</b>	<b>94.386,48</b>	<b>108.429,25</b>
<b>Flujo Acumulado</b>	<b>-259.571,20</b>	<b>-231.477,94</b>	<b>-160.226,45</b>	<b>-71.971,22</b>	<b>22.415,26</b>	<b>130.844,51</b>

**ESTADO DE RESULTADOS CONSERVADOR**  
**Por el periodo que comprenden desde el Año 1 al Año 5**  
**Expresado en dólares**

	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
VENTAS	108.000,0 0	134.640,0 0	165.484,8 0	175.413,8 9	202.130,7 7
COSTO DE VENTA (MEMBRESIA)	960,00	979,20	1.018,37	1.079,47	1.155,03
<b>GASTOS DE OPERACIÓN</b>	<b>78.171,20</b>	<b>36.089,45</b>	<b>39.084,33</b>	<b>38.038,03</b>	<b>41.153,65</b>
GASTOS DE ADMINISTRACION	77.421,20	35.339,45	38.334,33	37.288,03	40.403,65
GASTOS DE PUBLICIDAD	750,00	750,00	750,00	750,00	750,00
<b>UTILIDAD ANTES DE INTERESES E IMPUESTOS</b>	<b>28.868,80</b>	<b>97.571,35</b>	<b>125.382,1 0</b>	<b>136.296,3 9</b>	<b>159.822,0 9</b>
INTERESES	10.924,31	9.106,76	6.997,04	4.548,16	1.705,62
<b>UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS</b>	<b>17.944,49</b>	<b>88.464,59</b>	<b>118.385,0 6</b>	<b>131.748,2 2</b>	<b>158.116,4 6</b>
PARTICIPACION DE TRABAJADORES	2.691,67	13.269,69	17.757,76	19.762,23	23.717,47
IMPUESTOS	3.813,20	18.798,73	25.156,83	27.996,50	33.599,75
<b>UTILIDAD NETA</b>	<b>11.439,61</b>	<b>56.396,18</b>	<b>75.470,48</b>	<b>83.989,49</b>	<b>100.799,2 4</b>
(-) 10% RESERVA LEGAL	1.143,96	5.639,62	7.547,05	8.398,95	10.079,92
<b>UTILIDAD A DISTRIBUIR ACCIONISTAS</b>	<b>10.295,65</b>	<b>50.756,56</b>	<b>67.923,43</b>	<b>75.590,54</b>	<b>90.719,32</b>

VAN		
AÑO	FLUJO	DETALLE
2015	28.093,27	
2016	71.251,49	
2017	88.255,23	
2018	94.386,48	
2019	108.429,25	
<b>TCCPP</b>		17,10%
<b>VAN</b>		230.357,56
<b>INV INIC</b>		259.571,20
<b>Proyecto Aceptado</b>		<b>-29.213,64</b>

TIR		
AÑO	FLUJO	
AÑO 0	-259.571,20	
AÑO1	28.093,27	
AÑO2	71.251,49	
AÑO3	88.255,23	
AÑO4	94.386,48	
AÑO5	108.429,25	
<b>TIR</b>		12,87%
<b>Proyecto Aceptado</b>		<b>17,10%</b>

VAN		
AÑO	FLUJO	DETALLE
2015	28.093,27	
2016	71.251,49	
2017	88.255,23	
2018	94.386,48	
2019	108.429,25	
<b>TCCPP</b>		17,10%
<b>VAN</b>		230.357,56
<b>INV INIC</b>		259.571,20
<b>Índice de Rentabilidad</b>		0,89
<b>Proyecto aceptado</b>		<b>1,00</b>

<b>INV. INICIAL</b>	259.571,20	
<b>ENTRADAS OPERATIVAS</b>		<b>Acumulación</b>
AÑO 1	28.093,27	28.093,27
AÑO2	71.251,49	99.344,76
AÑO3	88.255,23	187.599,99
AÑO4	94.386,48	281.986,46
AÑO5	108.429,25	390.415,71



## BODY FITNESS GYM

TRABAJO DE TITULACIÓN QUE SE PRESENTA COMO  
REQUISITO PREVIO A OPTAR EL GRADO DE:  
INGENIERO EN CIENCIAS EMPRESARIALES

ALUMNO:  
MANUEL ALEXANDER VÁSCONEZ ZAMBRANO

## INTRODUCCIÓN



- El sedentarismo es una de las mayores causas del aumento de peso de la sociedad.
- Campañas Gubernamentales contra el sedentarismo.
- Moda Fitness
- Quevedo los gimnasios no cubre las necesidades.



## OBJETIVOS

- **General:**
  - Desarrollar un nuevo modelo de gimnasio en la ciudad de Quevedo, el cual captará el 25% del mercado, que están interesados en cuidar su salud y mejorar su estado físico.
- **Específicos:**
  - Establecer un servicio de salud integral, brindándole al usuario una experiencia diferente.
  - Generar una conexión con el cliente, buscando fidelidad del mismo.
  - Aumentar la afluencia de clientes, mediante la implementación de gran variedad de máquinas y servicios diferenciadores.
  - Elegir la ubicación del local en un lugar tranquilo y de gran afluencia de la población.



## INVESTIGACIÓN DE MERCADO

ÁREA	URBANO	RURAL	TOTAL
La Esperanza	-	4855	4855
Quevedo	150.827	7807	158634
San Carlos	-	10028	10028
<b>TOTAL</b>	<b>150827</b>	<b>22748</b>	<b>173575</b>

- El mercado objetivo son los hombres y mujeres entre 15 y 65 años, de clase media, media-alta y alta, de la ciudad de Quevedo.
- Se realizó 383 encuestas, las cuales tenían diez preguntas.
- El 67% de la población consideran a los gimnasios de Quevedo como bueno y regular.



## INVESTIGACIÓN DE MERCADO

	+	-
	Fortalezas	Debilidades
Internas	Maquinas Nuevas	Nuevos en el Negocio
	Precio Competitivo	Alto costo de inversión
	Infraestructura propia y propia	
	Atención Personalizada	
	Personal Capacitado	
Externas	Oportunidades	Amenazas
	Mercedo insatisfecho	Legislación laboral en debate
	La competencia es débil	Regulaciones Arancelarias
	Moda fitness	
	Inexistencia de un gimnasio con estas características	



## ANÁLISIS OPERATIVO

- Estará ubicado en la Ciudadela Progreso calle sexta y avenida principal de la ciudad de Quevedo en un local de 760 metros cuadrados.
- La constructora Star office S.A, se tardaría en la adecuación del local alrededor de un mes.
- Lifes Fitness en Ecuador, proveedor de las maquinas, deberá importar aquellas maquinas que no tengan es stock.



## ANÁLISIS OPERATIVO

- La Capacidad del gimnasio será entre 80 y 100 personas al mismo tiempo.
- La cadena de valor serán las ventas y los servicios.



## ANÁLISIS OPERATIVO

- El personal estará conformado por dos entrenadores, una recepcionista y el encargado de limpieza.



## ANÁLISIS FINANCIERO



FLUJO DE EFECTIVO						
Por el periodo que comprenden desde el Año 1 al Año 5						
Expresado en dólares						
	AÑO 0	AÑO1	AÑO2	AÑOS	AÑO4	AÑOS
<b>INGRESOS</b>						
Ventas		124.200,00	154.856,00	190.507,52	201.725,97	252.450,59
Aporte de Accionistas	181.000,84					
Préstamos Bancarios	77.871,56					
<b>Total Ingresos</b>	<b>259.571,20</b>	<b>124.200,00</b>	<b>154.856,00</b>	<b>190.507,52</b>	<b>201.725,97</b>	<b>252.450,59</b>
<b>EGRESOS</b>						
Gastos de Administración		77.421,20	55.559,45	58.554,55	57.288,05	40.405,65
Gastos de Publicidad		750,0	750,0	750,0	750,0	750,0
Préstamo Bancario		11508,5	15125,9	15255,6	17682,5	20525,0
Interés		10924,5	9105,8	6997,0	4548,2	1705,6
Participación de Trabajadores		5100,1	16277,1	21458,5	25684,8	28259,4
Impuestos		7225,1	25059,2	50599,2	55555,4	40005,8
(-) Depreciaciones		-27.000,00	-27.000,00	-27.000,00	-27.000,00	-27.000,00
<b>Total Egresos</b>		<b>85.727,05</b>	<b>70.696,52</b>	<b>86.172,45</b>	<b>90.806,85</b>	<b>104.629,38</b>
<b>Flujo Neto Anual</b>	<b>259.571,20</b>	<b>58.472,97</b>	<b>84.179,68</b>	<b>104.155,09</b>	<b>111.219,12</b>	<b>127.820,81</b>
<b>Flujo Acumulado</b>	<b>-259.571,20</b>	<b>-221.098,24</b>	<b>-156.918,55</b>	<b>-52.765,45</b>	<b>78.455,66</b>	<b>206.256,47</b>

## ANÁLISIS FINANCIERO



VAN	276.298,26
TIR	19,44%
TCCPP	17,10%
INVERSION INICIAL	223.855,03
TIEMPO RECUPERACION INVERSION	40 MESES
INDICE DE RENTABILIDAD	18,10
MARGEN DE UTILIDAD	60,05%
MULTIPLICADOR DE APALANCAMIENTO FINANCIERO (MAF)	2,19
RENDIMIENTO SOBRE LOS ACTIVOS	0,10
RENDIMIENTO SOBRE EL PATRIMONIO	0,23



## ANÁLISIS FINANCIERO

INV. Inicial	259.871,20		
	VAN	VAN- I. INI	TIR
CONSERVADOR	250.557,56	-29.215,64	12,87%
NORMAL	276.298,26	16.427,06	19,44%
OPTIMISTA	522.258,96	62.697,76	25,60%



## CONCLUSIONES:

- Los criterios de evaluación de un proyecto tuvieron resultados favorables, tanto el VAN, el TIR, los Índices de Rentabilidad y el Retorno de la Inversión.
- Existe la predisposición de la población en realizar ejercicio, y el 67% de los encuestados consideran los gimnasios de Quevedo de buenos y regular.
- Los servicios que brindan los gimnasios de la ciudad de Quevedo no van acorde a las necesidades de la población.