



ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

Tema:

“DISEÑO DE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN GIMNASIO EN LA PARROQUIA IZAMBA EN EL CANTÓN AMBATO.”

Proyecto de Investigación previo a la obtención del título de Ingeniero Comercial con mención en Administración de la Productividad

Línea de Investigación:

EMPRENDEDORISMO Y/O RESPONSABILIDAD SOCIAL

Autor:

CRISTINA MONSERRATH LUCERO ESPINOZA

Director:

ECO. TELMO DIEGO PROAÑO CÓRDOVA

AMBATO-ECUADOR

Junio 2016

PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL ECUADOR

SEDE AMBATO

HOJA DE APROBACIÓN

Tema:

“DISEÑO DE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN
GIMNASIO EN LA PARROQUIA IZAMBA EN EL CANTÓN AMBATO.”

Línea de investigación:

EMPRENDEDORISMO Y/O RESPONSABILIDAD SOCIAL

Autor:

CRISTINA MONSERRATH LUCERO ESPINOZA

Telmo Diego Proaño Córdova, Mg.
CALIFICADOR

F. _____

Joyce Beatriz Mora Rivera, Mg.
CALIFICADORA

F. _____

Ing. Efraín Henry Tibanta Narváez, Mg.
CALIFICADOR

F. _____

Julio César Zurita Altamirano, Mg.
DIRECTOR DE LA ESCUELA DE
ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

F. _____

Hugo Rogelio Altamirano Villarroel, Dr.
SECRETARIO GENERAL PUCESA

F. _____

Ambato- Ecuador

Junio 2016

DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD Y RESPONSABILIDAD

Yo, Cristina Monserrath Lucero Espinoza portador de la cedula de ciudadanía N° 1803597416 declaro que los resultados obtenidos en la investigación que presento como informe final, previo la obtención del título de Ingeniera Comercial con mención en Administración de la Productividad, son absolutamente originales, auténticos y reales.

En tal virtud, declaro que el contenido , las conclusiones y los efectos legales y académicos que se desprenden del trabajo propuesto de investigación y luego de la redacción de este documento son y serán de mi sola y exclusiva responsabilidad tanto legal y académica.

Cristina Monserrath Lucero Espinoza

C.C. 1803597416

AGRADECIMIENTO

A Dios por guiar mi camino y permitirme concluir con éxito este objetivo en mi vida

A mis padres, Marco Vinicio Lucero Gómez y Laura Espinoza León, por darme todo lo que he necesitado; por educarme con su ejemplo de fortaleza y constancia ante los problemas.

A la Pontificia Universidad Católica del Ecuador Sede Ambato, a todos los que conforman esta institución tanto docentes como autoridades ya que me han brindado conocimientos y un buen trato. En especial al Eco. Diego Proaño por brindarme un apoyo para el desarrollo de este proyecto de investigación.

Cristina Monserrath Lucero Espinoza

DEDICATORIA

Mi proyecto de investigación es dedicado principalmente a Dios, ya que me ha regalado unos padres maravillosos Marco Vinicio Lucero Gómez y Laura Cecilia Espinoza León que me han apoyado y amado en cada etapa de mi vida, los cuales se han esforzado y sacrificado para darme un ejemplo de vida, además de brindarme constancia y sabiduría para realizarla. A toda mi familia en especial a mis amados abuelitos Hectitor y Marthita, personas incondicionales que me han inspirado y ayudado para concluir este propósito.

Gracias a todos los que pusieron un granito de arena para que este proyecto concluya de la mejor manera.

Cristina Monserrath Lucero Espinoza

RESUMEN

El presente proyecto de investigación tiene como finalidad determinar la factibilidad para la creación de un gimnasio en la parroquia Izamba de la ciudad de Ambato, con la expectativa de crear una oportunidad de negocio y conocer si es posible invertir en este sector. Debido al crecimiento poblacional y desarrollo de esta zona, los habitantes demandan un gimnasio con características similares o mejores a los existentes, acortando sus distancias de viaje, con un seguimiento personalizado y actividades físicas de último momento. Es por esto que como parte del diseño del proyecto se emplea una encuesta como herramienta de recopilación de información dirigida a los habitantes y transeúntes del sector. Mediante el estudio de mercado se especifica una demanda insatisfecha en la parroquia Izamba; por otro lado el estudio técnico del proyecto identificó que es factible la inversión de la maquinaria requerida, además de los recursos humanos y capacidad instalada; el estudio financiero dio como resultado la inversión inicial y capital de trabajo de la oportunidad de negocio, asimismo se identificaron las maneras de financiamiento del proyecto. Y por último se sustenta mediante indicadores financieros entre los que se encuentra el VAN, TIR y Costo Beneficio, que reflejan la factibilidad de la oportunidad de negocio.

Palabras claves: factibilidad, oportunidad de negocio, rentabilidad, emprendimiento.

ABSTRACT

This research project is aiming to determine the feasibility of opening a gym in the parish of Izamba in Ambato, which is looking forward to create a business opportunity and to know if it is possible invest in this area. Due to population growth and the development of this area, people desire a gym with similar or greater features than the existing ones, shortening their travel distances, with personalized monitoring and innovate physical activities. This is why, a survey to gather information of residents and passengers was used as part of this project. By means of a market research, an unmet demand in the parish of Izamba is detailed; on the other hand the technical study identified that it is feasible to invest on the equipment that is required; in addition to human resources and installed capacity; the financial study showed the initial investment and working capital of the business opportunity, as well as the means to obtain the project funding. Finally, it is supported by financial indicators such as VNA, IRR and Cost Benefit, which reflect the feasibility of the business opportunity.

Keywords: feasibility, business opportunity, profitability, entrepreneurship.

ÍNDICE DE CONTENIDOS

Preliminares	
DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD Y RESPONSABILIDAD	iii
AGRADECIMIENTO	iv
DEDICATORIA	v
RESUMEN.....	vi
ABSTRACT.....	vii
INTRODUCCIÓN	1
CAPÍTULO I.....	3
1. EL PROBLEMA	3
1.1. Tema:	3
1.2. Planteamiento del Problema:	3
1.2.1. Contextualización:	3
1.2.2. Análisis Crítico:	5
1.2.3. Prognosis	5
1.2.4. Formulación del problema	6
1.2.5. Interrogantes.....	6
1.2.6 Delimitación.....	6
1.2.6.1. Delimitación del Objetivo de Investigación.....	6
1.2.6.2. Delimitación Espacial	6
1.2.6.3. Delimitación Temporal	6

1.3. Justificación	7
1.4. Objetivos	7
1.4.1. Objetivos Generales	7
1.4.2. Objetivos Específicos	8
CAPÍTULO II	9
2. MARCO TEÓRICO	9
2.1. Generalidades del estudio de factibilidad para un proyecto.....	9
2.1.1. Antecedentes	9
2.1.2. Emprendimiento.....	10
2.1.3. Proyecto	11
2.1.4. Oportunidad de negocio	12
2.2. Estudios de factibilidad para la creación de un negocio	12
2.2.1. Estudio de mercado	14
2.2.1.1. Mercado.....	15
2.2.1.2. Comportamiento del mercado	16
2.2.1.3. Proyección.....	18
2.2.2. Estudio técnico	19
2.2.2.1. Tamaño del proyecto.....	20
2.2.2.2. Localización	20
2.2.3. Estudio Administrativo - Legal.....	21
2.2.4. Estudio Financiero	24

2.2.4.1. Capital de trabajo	24
2.2.4.2. Análisis de sensibilidad.....	25
2.2.4.3. Análisis de indicadores para la medición de un estudio de factibilidad	26
2.2.5. Estudio Ambiental.....	29
CAPÍTULO III.....	30
3. METODOLOGÍA:	30
3.1. Fuentes de Información.....	30
3.1.1. Fuentes Primarias	30
3.1.2. Fuentes Secundarias	30
3.2. Tipo de investigación	30
3.2.1. Estudio exploratoria	30
3.2.2. Estudio explicativo.....	31
3.3. Instrumentos para obtener información:	31
3.3.1. Cuestionario:	31
3.4. Segmentación del Mercado	32
3.4.1. Segmentación Geográfica	32
3.4.2. Segmentación Demográfica	32
3.4.3. Segmentación Socio-Económico	32
3.5. Población y muestra	32
3.5.1. Población.....	32
3.3.2. Muestra:	37

3.6. Procesamiento y Análisis de Información.....	38
CAPÍTULO IV	39
4. ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS	39
4.1. Resultados Obtenidos.....	39
CAPÍTULO V	50
5. PROPUESTA.....	50
5.1. Título:.....	50
5.2. Antecedentes:	50
5.3. Beneficiarios:	51
5.4. Ubicación:	51
5.5. Tiempo estimado de ejecución:.....	51
5.6. Desarrollo del Estudio de Factibilidad:.....	51
5.6.1. Estudio de Mercado	51
5.6.2. Estudio Técnico.....	67
5.6.3. Estudio Financiero	74
5.6.4. Evaluación Económica.....	81
5.6.5. Estudio Medio Ambiental	97
6. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	99
6.1 Conclusiones:	99
6.2. Recomendaciones.....	101
BIBLIOGRAFÍA	103

ANEXOS 107

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Tablas:

Tabla 2.1 Indicadores del Estudio de Mercado	26
Tabla 3.1 Población objetiva de la provincia de Tungurahua, según el Censo del 2010	33
Tabla 3.2 Población de hombres y mujeres de la provincia de Tungurahua y Ambato..	33
Tabla 3.3 Porcentaje del cantón Ambato en relación a la provincia de Tungurahua	34
Tabla 3.4 Porcentaje de la población objetiva de la provincia de Tungurahua con relación a la población total de Tungurahua	34
Tabla 3.5 Población urbana y rural de la provincia de Tungurahua	34
Tabla 3.6 Porcentaje del sector urbano con relación a la población total de la provincia de Tungurahua.....	35
Tabla 3.7 Cálculo de la tasa de crecimiento poblacional del 2015	35
Tabla 3.8 Proyección al año 2015 de la población objetiva de la provincia de Tungurahua	35
Tabla 3.9 La población del sector urbano con un rango de 15 a 45 años de la provincia de Tungurahua.....	36
Tabla 3.10 Porcentaje de la población del cantón Ambato con relación a la población de la parroquia Izamba	36
Tabla 3.11 Población universal.....	36
Tabla 3.12 Fórmula para calcular la muestra	37
Tabla 4.1 Procesamiento de datos pregunta 1	39
Tabla 4.2 Procesamiento de datos pregunta 2	40
Tabla 4.3 Procesamiento de datos pregunta 3	40
Tabla 4.4 Procesamiento de datos pregunta 4	41

Tabla 4.5 Procesamiento de datos pregunta 5	42
Tabla 4.6 Procesamiento de datos pregunta 6	42
Tabla 4.7 Procesamiento de datos pregunta 7	43
Tabla 4.8 Procesamiento de datos pregunta 8	44
Tabla 4.9 Procesamiento de datos pregunta 9	45
Tabla 4.10 Procesamiento de datos pregunta 10	45
Tabla 4.11 Procesamiento de datos pregunta 11	46
Tabla 4.12 Procesamiento de datos pregunta 12	47
Tabla 5.1 Procesamiento de datos investigación de campo.	58
Tabla 5.2 Cálculo precio promedio.	59
Tabla 5.3 Aceptación del servicio, pregunta 5	59
Tabla 5.4 Cálculo demanda Insatisfecha.....	59
Tabla 5.5 Tasas de Crecimiento de la parroquia Izamba	60
Tabla 5.6 Tasas de Inflación último 5 años Ambato.....	60
Tabla 5.7 Proyección oferta y demanda.	61
Tabla 5.8 Precios competencia.....	62
Tabla 5.9 Pregunta 10 de la encuesta	63
Tabla 5.10 Precios de introducción.	63
Tabla 5.11 Horarios de atención del gimnasio.....	64
Tabla 5.12 Matriz FODA y objetivos estratégicos.....	66
Tabla 5.13 Tiempo máximo de actividades deportivas.....	71
Tabla 5.14 Equipamiento del gimnasio en sus diferentes áreas.....	72
Tabla 5.15 Inversión inicial	74
Tabla 5.16 Capital de trabajo	74
Tabla 5.17 Mano de obra	75

Tabla 5.18 Insumos	76
Tabla 5.19 Servicios basicos	76
Tabla 5.20 Otros gastos	77
Tabla 5.21 Requerimiento Financiero.....	77
Tabla 5.22 Financiamiento.....	78
Tabla 5.23 Tabla de Amortización.....	79
Tabla 5.24 Ingresos anuales	81
Tabla 5.25 Egresos Anuales	82
Tabla 5.26 Flujo Neto de Fondos.....	82
Tabla 5.27 Punto de Equilibrio.	83
Tabla 5.28 Datos para el cálculo de la TMAR.....	84
Tabla 5.29 Relación Beneficio-Costo	86
Tabla 5.30 Periodo de Recuperación	86
Tabla 5.31 Ingresos Optimistas.....	87
Tabla 5.32 Egresos Optimistas.....	88
Tabla 5.33 Flujo Neto de Fondos Optimista	88
Tabla 5.34 Punto de equilibrio Optimista	89
Tabla 5.35 Relación Costo Beneficio Optimista.....	90
Tabla 5.36 Payback period.....	90
Tabla 5.37 Ingresos Pesimistas	91
Tabla 5.38 Tasas pasivas referenciales	91
Tabla 5.39 Egresos pesimistas.	92
Tabla 5.40 Flujo Neto de Fondos pesimista.....	92
Tabla 5.41 Calculo del TMAR con la tasa ajustada.....	93
Tabla 5.42 Punto de equilibrio pesimista.....	94

Tabla 5.43 Relación Costo- Beneficio	94
Tabla 5.44 PaybackPeriod Pesimista	95
Tabla 5.45 Resumen del análisis de sensibilidad	95
Tabla 5.46 Matriz de Marco Lógico	96
Tabla 5.47 Matriz de Impacto Ambiental	98

Gráficos:

Gráfico 2.1 Tipos de estudio para un proyecto	13
Gráfico 2.2 Resultados del estudio de mercado	14
Gráfico 2.3 Etapas del estudio de mercado	15
Gráfico 2.4 Tipos de segmentación de mercado	16
Gráfico 2.5 Factores que afectan el comportamiento de la demanda	17
Gráfico 2.6 Factores que influyen en el estudio de la oferta.....	18
Gráfico 2.7 Métodos de pronóstico y proyección	19
Gráfico 2.8 Capacidad de producción.....	20
Gráfico 5.1 Logotipo del Gimnasio	51
Gráfico 5.2 Gráfico del organigrama estructural del gimnasio.....	53
Gráfico 5.3 Gráfico del organigrama funcional	54
Gráfico 5.4 Segmentación geográfica	556
Gráfico 5.5 Macrolocalización.....	67
Gráfico 5.6 Microlocalización	68
Gráfico 5.7 Flujograma recepción e inscripción de cliente.....	69
Gráfico 5.8 Flujograma preparación de batidos en la cafetería	70
Gráfico 5.9 Flujograma masajes reductores.....	70
Gráfico 5.10 Gimnasio Punto de fuga.....	73

Gráfico 5.11 Distribución de Planta..... 73

INTRODUCCIÓN

Una de las tendencias de negocios innovadores y rentables están relacionados con la salud y el deporte, ya que muchos países industrializados y países en desarrollo se preocupan por el sedentarismo y la falta de tiempo para realizar actividades, lo cual no solo es por un aspecto físico sino más bien es parte de un desarrollo integral de las personas para tener y mejorar nuestra calidad de vida. Con este antecedente, en la parroquia de Izamba, en el sector norte de la ciudad de Ambato existe un alto crecimiento residencial que ha dado lugar a la creación de grandes oportunidades de negocios rentables y desarrollo de la sociedad, con el objetivo de cubrir ciertas necesidades deportivas y de actividades físicas en el sector. Por esta razón, se presenta el siguiente estudio de factibilidad el cual plantea la creación de un gimnasio en la parroquia de Izamba en el sector norte de la ciudad de Ambato.

Este estudio brinda un apoyo a los inversionistas para tomar la decisión con mayor seguridad, ya que permite detallar un anteproyecto con el fin de considerar los costos y gastos totales, rentabilidad económica, mercado y fuentes de financiamiento, todos los aspectos anteriores, determinan la viabilidad operativa del proyecto y asegura su rentabilidad en los siguientes cinco años. El trabajo de investigación está estructurado de la siguiente manera:

Capítulo I: Se identifica el problema y se contextualiza de manera macro, meso y micro, se justifica la realización del estudio de factibilidad.

Capítulo II: Comprende el estado del arte, fundamentación conceptual y definiciones

científicas.

Capítulo III: Está compuesta por la metodología de investigación, fuentes de información, tipos y técnicas adecuadas de recolección de información, el cálculo de la muestra y la segmentación del mercado.

Capítulo IV: Establecido por el análisis e interpretación de resultados.

Capítulo V: Especifica la propuesta del estudio de factibilidad para la creación de un gimnasio.

Capítulo VI: Se establecen las conclusiones y recomendaciones del proyecto de investigación.

El trabajo concluye con la bibliografía utilizada y los anexos correspondientes.

CAPÍTULO I

1. EL PROBLEMA

1.1. Tema:

Diseño de un estudio de factibilidad para la creación de un gimnasio en la parroquia Izamba en el cantón Ambato.

1.2. Planteamiento del Problema:

1.2.1. Contextualización:

Macro

A menudo se habla de proyectos de inversión en un mundo de negocios, que han dado lugar a la realización de grandes ideas y emprendimientos, dentro de la economía de los países a nivel mundial. Ecuador no es una excepción dentro de este contexto, ya que la tendencia dentro de un entorno de negocios como hoy en día, es que las nuevas empresas enfocadas en salud y deporte se abren camino en un lugar esencial en la economía de una comunidad y su desarrollo.

A la par de esta tendencia se ha visto que el deporte y la salud física es un aspecto importante en la vida de las personas, no solo para verse mejor, sino de sentirse bien consigo mismos y mejorar su estilo de vida.

Meso

La provincia de Tungurahua y con mayor fuerza la ciudad de Ambato siempre ha sido vista como una ciudad de gente emprendedora y muy trabajadora, un ejemplo de esto es que se ve una proliferación de gimnasios que responden a las necesidades, tendencias y comportamientos de los consumidores del mercado actual.

Cabe destacar que la necesidad de las personas por hacer actividades físicas, no solo es un hobby sino que la práctica de las distintas actividades físicas en diferentes edades, facilita llegar en mejor condición física a edades posteriores mejorando la calidad de vida.

Micro

En la parroquia Izamba de la ciudad de Ambato no existen suficientes gimnasios que satisfagan las necesidades de los consumidores. Esto se debe principalmente porque existen pocos inversionistas, ya que la zona anteriormente no era comercial pero el crecimiento poblacional que ha existido en los últimos años hacia el extremo Norte de la ciudad de Ambato, ha influenciado de manera positiva en la creación de grandes oportunidades de negocio y desarrollo social que buscan cubrir ciertas necesidades deportivas y de actividades físicas en el sector.

Una de las necesidades de los habitantes es la falta de un gimnasio que cubra las expectativas de la gente que vive en este sector, como clases aeróbicas, espacios adecuados de las máquinas, garaje, un personal training y un ambiente propicio y cómodo, son características que no cumplen los gimnasios existentes en la zona, es por esto que muchas personas acuden a otros gimnasios de la ciudad de Ambato para realizar distintas actividades físicas.

1.2.2. Análisis Crítico:

Fruto del crecimiento poblacional del sector norte de la ciudad de Ambato en la parroquia Izamba, han influido de forma positiva al nacimiento de oportunidades de negocios en el sector, una de las necesidades que se busca satisfacer es la instalación de un gimnasio que cumpla con las expectativas de los habitantes, ya que muchos clientes que asisten a diferentes gimnasios en la ciudad viven en este sector y tienen que trasladarse de Izamba a otros lugares para asistir a sus actividades físicas.

Con la creación de un gimnasio en la parroquia de Izamba, se planea ofrecer a los habitantes una opción superior del servicio de gimnasios existentes en esta zona, con esto se disminuirá el traslado de los habitantes del sector por asistir a otros gimnasios de la ciudad, este proyecto brindará comodidad y bienestar a la comunidad.

1.2.3. Prognosis

Si no se realiza un estudio de factibilidad no se podrá disminuir la incertidumbre que existe al abrir un negocio de manera empírica y sin ningún conocimiento previo al mismo. Los investigadores no podrán determinar la viabilidad de su emprendimiento ya que carecerían de un sustento teórico para identificar si es o no rentable el proyecto. El crecimiento poblacional de la zona ha dado lugar a oportunidades de negocios que anteriormente no se tomaban en cuenta, por lo que si no se crea un gimnasio que brinde diversidad de servicios, los habitantes del sector deberían continuar trasladándose a diferentes gimnasios o parques cercanos a realizar sus actividades físicas.

1.2.4. Formulación del problema

¿Es factible la creación de un gimnasio en la parroquia Izamba de la ciudad de Ambato?

1.2.5. Interrogantes

¿Cómo aparece el problema que se pretende solucionar? Por el crecimiento poblacional de este sector residencial en Izamba, crea una necesidad que no está siendo atendida.

¿Cuándo se origina? Cuando los habitantes de la parroquia Izamba tienen que recorrer distancias largas para acudir a otros gimnasios de la ciudad Ambato que están ubicados lejos del sector.

1.2.6 Delimitación

1.2.6.1. Delimitación del Objetivo de Investigación

El proyecto de investigación se encuentra en el campo de proyectos empresariales, en el área de emprendimiento, con la especialización en estudio de factibilidad.

1.2.6.2. Delimitación Espacial

El proyecto de investigación tiene lugar en la parroquia Izamba, ciudad de Ambato, provincia de Tungurahua.

1.2.6.3. Delimitación Temporal

El proyecto de investigación se realizó en el período de Junio a Diciembre del 2015

1.3. Justificación

Las razones por las que el proyecto se realizará inciden en la aplicación de todos los conocimientos adquiridos hasta este momento de la carrera de ingeniería comercial, será útil hacer el análisis del caso propuesto, ya que se logrará combinar la teoría con la práctica.

Se verán favorecidos en el presente proyecto los estudiantes de la Pontificia Universidad Católica Sede Ambato, ya que este estudio servirá como fuente de información para futuras investigaciones o implementación de nuevos negocios.

El proyecto de factibilidad es considerado una idea de emprendimiento por parte del estudiante, el cual será el beneficiario no solo por la obtención del título por medio del proyecto de investigación sino que el estudiante tendrá una iniciativa de negocio propio en el cual ayudaría a la comunidad en la que se va a desarrollar, debido a que mejoraría el estilo de vida de una colectividad, dando un servicio de seguimiento deportivo y nutricional destacando en el mercado con nuevas tendencias.

Se verán favorecidas en el presente proyecto la ciudadanía de la parroquia Izamba, ya que si el proyecto es factible, será atendida una demanda insatisfecha además de brindar un servicio de calidad y excelencia, generando un negocio rentable. Por todo esto se justifica llevar adelante el presente proyecto de inversión.

1.4. Objetivos

1.4.1. Objetivos Generales

- Diseñar un estudio de factibilidad para la creación de un gimnasio en la parroquia Izamba del cantón Ambato.

1.4.2. Objetivos Específicos

- Fundamentar el estado de arte relacionado al estudio de factibilidad a partir de la literatura consultada.
- Apoyar metodológicamente la propuesta de la investigación para la viabilidad del proyecto de estudio.
- Determinar la rentabilidad del proyecto para la creación del gimnasio en la parroquia Izamba en el cantón Ambato.

CAPÍTULO II

2. MARCO TEÓRICO

2.1. Generalidades del estudio de factibilidad para un proyecto

2.1.1. Antecedentes

Es importante sustentar el presente proyecto de investigación en base a estudios previos de factibilidad donde(Niño, 1985) expone que el estudio del mercado para todo proyecto debe tener como soporte principal el conocimiento del mismo que se desea atender. Los países en desarrollo constituyen un claro ejemplo del análisis de catálogos de proyectos, técnicamente correctos, que han fracasado por sobreestimación del mercado, ya sea en la oferta de la materia prima o en la demanda de productos terminados.

Asimismo, la investigación previa de(Castañeda, 2013) muestra que los fundamentos de un estudio de viabilidad tales como el estudio de mercado, estudio técnico, estructura organizacional - legal, y estudio financiero proporcionan información adecuada y suficiente para que los inversionistas potenciales tengan la suficiente información para poder tomar una decisión al frente de alguna propuesta de negocio. El estudio de factibilidad responde a la resolución de un problema es por esto que cuando más profunda y confiable sea la preparación de aspectos y variables que puedan optimizar el trabajo mejor será el resultado(Santo Santo, 2008).

La estructura de un proyecto de factibilidad no está estandarizado y el mismo sea elaborado mediante la distribución de temas no significa que el mismo este constituido por aspectos relacionados con: la demanda, la oferta de un producto o servicio, la tecnología aplicada en el proyecto, la estructura organizacional que se va a operar, inversión inicial y el capital de trabajo necesario, el análisis de egresos y ingresos cuando la organización opere, los rendimientos que generara el proyecto en diferentes ámbitos como son sociales, económicos y ambientales (Mendez Lozano, 2010).

2.1.2. Emprendimiento

La palabra emprendimiento es considerada un pilar clave para un entorno de negocios muy cambiante como el de hoy en día, las nuevas empresas ocupan un lugar esencial en la economía de una sociedad y su desarrollo. Es por esto que desde un punto de vista genérico, una empresa es una entidad que independiente de su forma jurídica se encuentra formada por recursos humanos, técnicos y materiales que interactúan entre sí, con uno o varios responsables para asumir decisiones oportunas, con el objetivo de prestar servicios a la comunidad y obtener utilidades(Urbano & Toledano, 2008).

Cabe concluir que el emprendimiento a lo largo de la historia de la humanidad ha existido siempre, pero en la actualidad es una concepción de suma importancia, ya que es una motivación personal, de una idea de negocio y de un sistema de organizar ideas para llevar a cabo un fin(Quintas, 2006). Así el espíritu emprendedor, es una capacidad que tiene una persona para identificar, planear y gestionar oportunidades de desarrollo manteniendo una actitud de aprendizaje continuo para optimizar un resultado único.

A lo largo del tiempo se ha considerado los proyectos como una herramienta sustancial dentro de la economía de los países a nivel mundial, sin juzgar su naturaleza pública o privada, estos han dado lugar a la realización de grandes ideas y emprendimiento en lo referente a productos y servicios, por esto un proyecto es un instrumento de desarrollo que se ejecuta para la creación de un producto, servicio o resultado único distribuido en actividades en un tiempo determinado y costes prefijados de antemano(Martín, 2007).

2.1.3. Proyecto

Según de la Torre Pérez & Zamarrón Alvarado (2002) " Un proyecto es un conjunto de elementos relacionados en forma lógica, tecnológica y cronológica, que se ejecutan en un periodo determinado, que tiene como objetivo resolver un problema, cubrir una necesidad o aprovechar una oportunidad" (pág.1).

En cuanto a identificar las características que conforman un proyecto de inversión está incluida la información de mercado, técnica, financiera, económica, legal e institucional que suministra los requisitos para la toma de decisiones respecto a la conveniencia de llevar a cabo una inversión. En base a lo expuesto, un proyecto de inversión es una mínima unidad económica de planeación y cálculos,asimismo la proyección de recursos financieros,humanos y materiales, establecida por un conjunto de actividades relacionadas que se complementan para satisfacer una necesidad humana y en conclusión saber si es o no posible una inversión (Cortázar, 2001).

2.1.4. Oportunidad de negocio

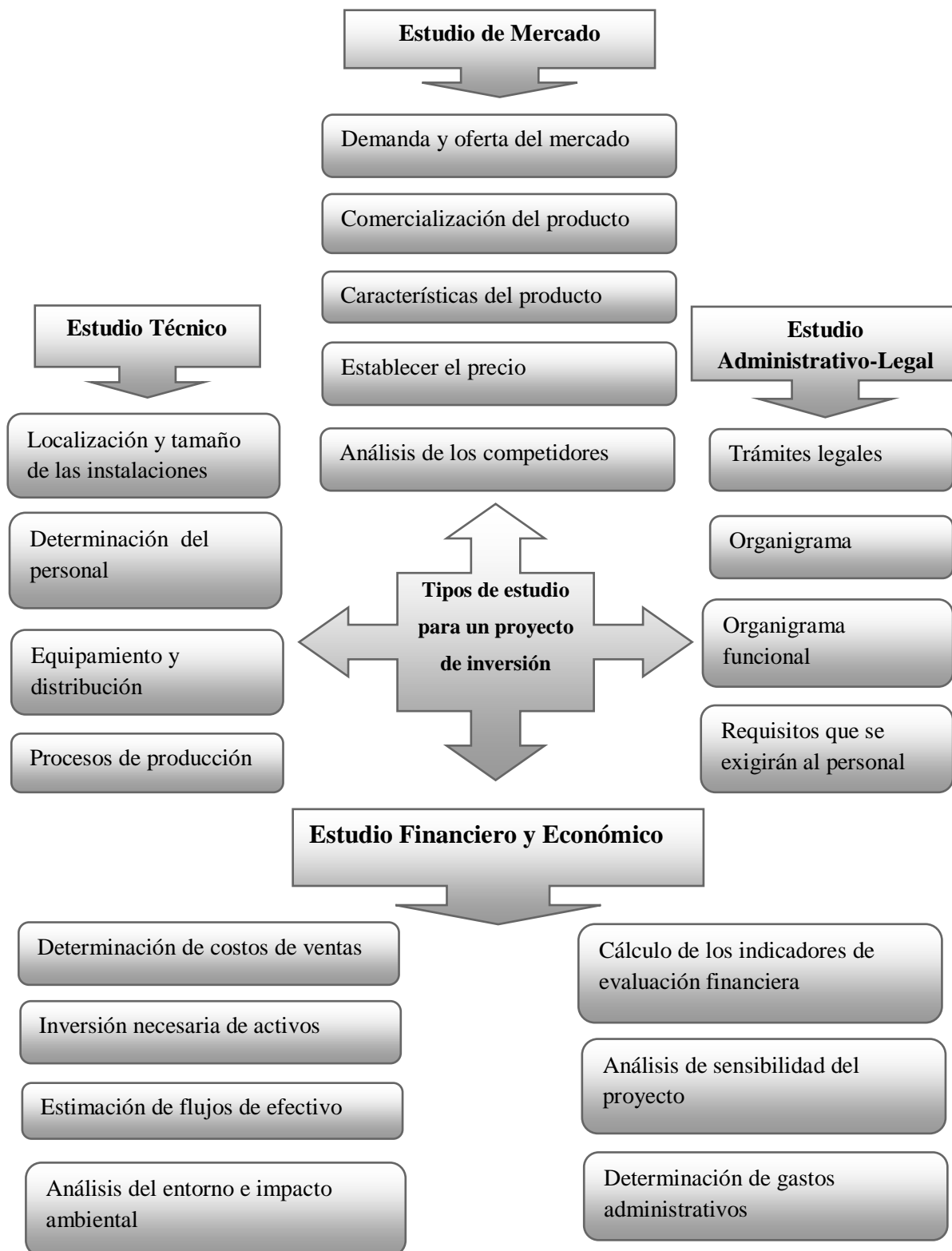
Ante todo la idea de negocio no necesariamente debe ser novedosa en su totalidad ya que se puede tomar la idea y mejorar o trasladarla a otro lugar cubriendo una necesidad en un entorno cambiante y que existan personas que demanden el producto o servicio.(Urbano & Toledano, 2008)afirma:"Una oportunidad de negocio es una idea atractiva, duradera y adecuada para un momento concreto del tiempo, que adopta la forma de un producto o servicio el cual crea o añade valor para su comprador o consumidor final". Del mismo modo la identificación de las oportunidades y necesidades de un individuo es la capacidad de recopilar y consultar información en torno al comportamiento de mercado donde se pretende determinar el segmento de mercado, el mercado potencial y los competidores principales para dar lugar al inicio de un estudio de factibilidad(Lozano, Formulación y evaluación de proyectos sexta edición, 2010).

2.2. Estudios de factibilidad para la creación de un negocio

Fundamentalmente el desarrollo de los diferentes estudios en un proyecto de factibilidad se basa en generar información que justifique una inversión, ya que esta involucra grandes sumas de dinero, esfuerzos y tiempo con lo que se disminuye el grado de incertidumbre del mismo. Un estudio de factibilidad llamado también anteproyecto, es considerado una investigación detallada de un proyecto en la cual se incluyen aspectos elementales como costos y gastos totales, rentabilidad económica, mercado y fuentes de financiamiento entre otros, en base a estos aspectos se apoyan a los inversionistas para tomar una decisión(Urbina, 2013).

Los componentes de un estudio de factibilidad están orientados de la siguiente manera:

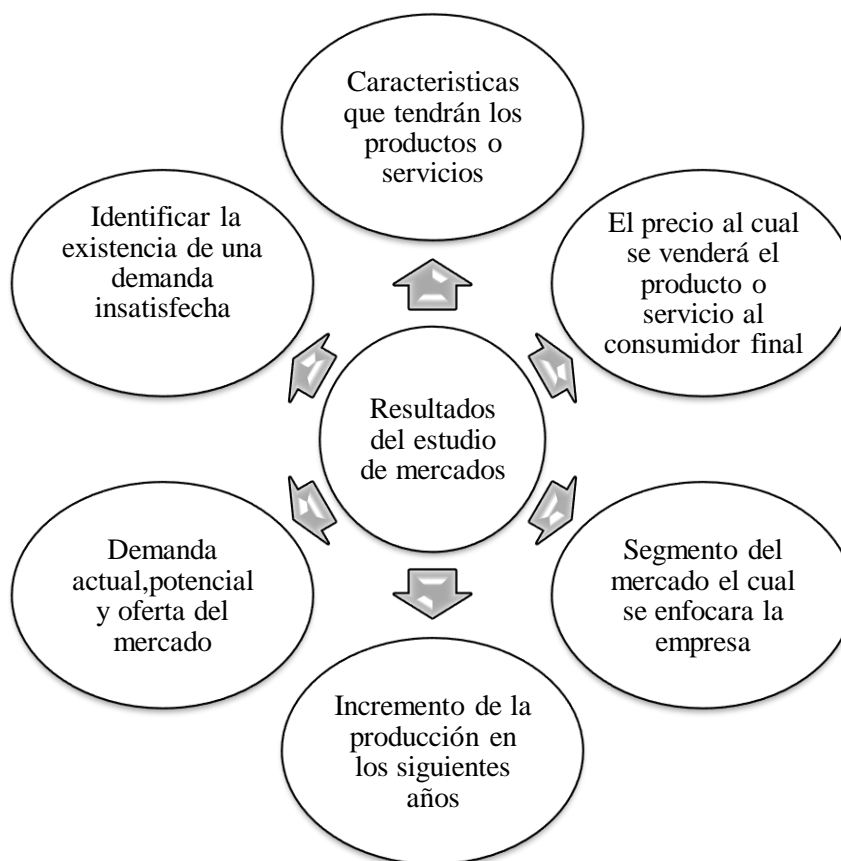
Gráfico 2.1 Tipos de estudio para un proyecto



2.2.1. Estudio de mercado

En los proyectos de inversión, el estudio de mercado tiene como objetivo obtener información confiable y actualizada del producto o servicio que se pretende ofertar, conjuntamente identificar la demanda actual y potencial para saber si será aceptado en el mercado. Los resultados del estudio de mercado se enfocan en los siguientes aspectos:

Gráfico2.2 Resultados del estudio de mercado



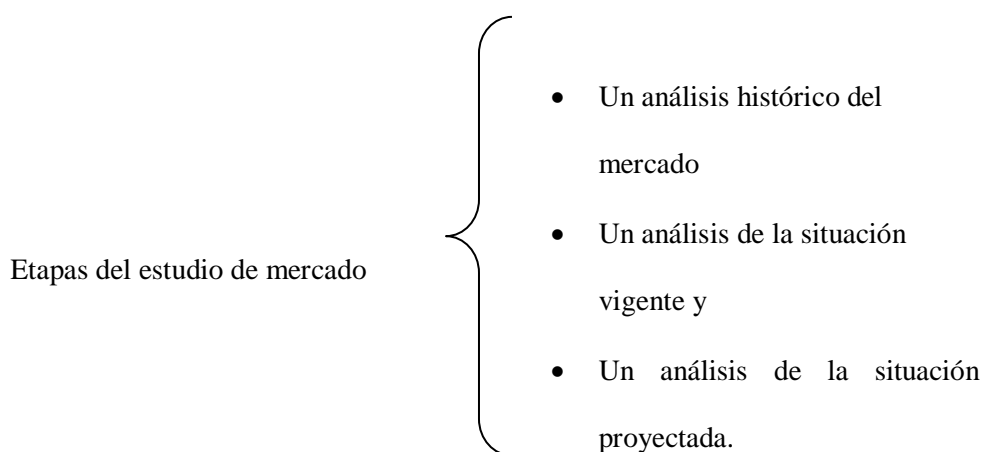
Elaborado por: Monserrath Lucero
Fuente:(Murcia Murcia, 2009)

No cabe duda de lo trascendente que puede llegar a ser, establecer la existencia de una necesidad insatisfecha en una población, para proponer una solución que satisfaga una necesidad humana. Urbina (2013) afirma que el estudio de mercado es la primera parte de la investigación formal que consta de la determinación y

cuantificación de la demanda y la oferta, análisis de los precios y el estudio de la comercialización.

Se deduce que existen tres etapas en el estudio de mercado las cuales son las siguientes:

Gráfico 2.3 Etapas del estudio de mercado



Elaborado por: Monserrath Lucero
Fuente:(Chain, 2011)

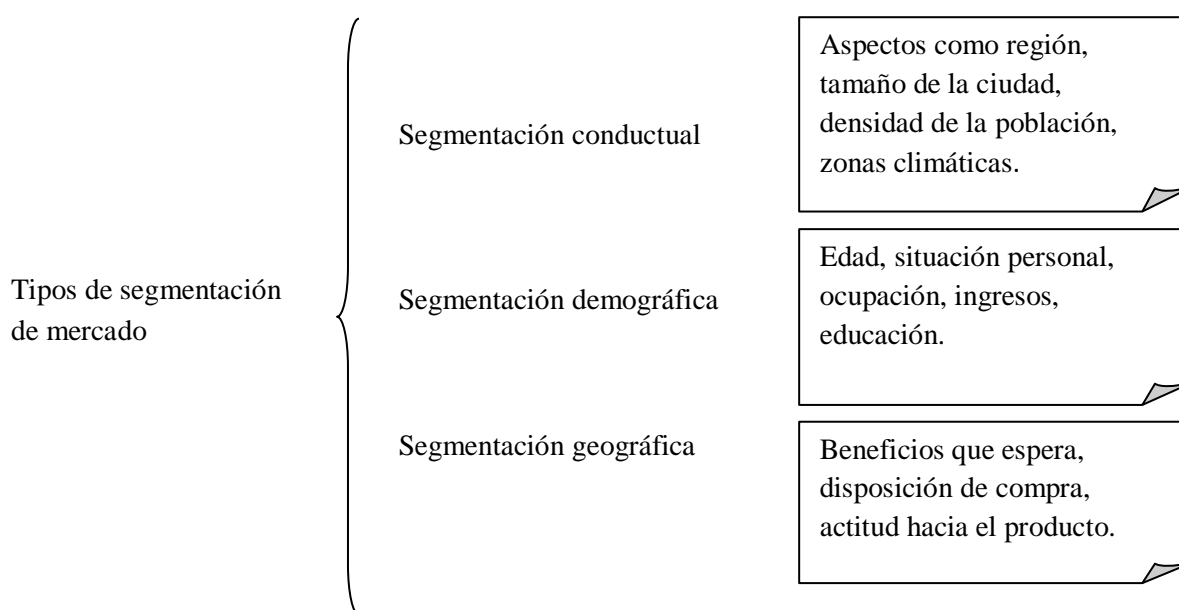
2.2.1.1. Mercado

El punto de partida de un proyecto de inversión es un mercado atractivo y comprender el comportamiento del mismo para realizar una inversión, es por esto que se especifica que el mercado es el sitio físico o no físico (virtual), en donde encontramos vendedores y compradores que interactúan entre ellos a través de comunicar sus necesidades y de dar una solución a las mismas. Ésta interacción Adam Smith llamo la mano invisible; las necesidades, la producción, los precios y el intercambio es lo que conocemos como mercado(Murcia Murcia, 2009).

El intercambio que se realiza en un mercado se da a través de productos que se encuentran ofertados por los vendedores, los cuales son un satisfactor de un deseo o necesidad humana, basándose en que un producto es un bien que tiene características

tangibles e intangibles que se puede ofrecer a un mercado y que se recibe en un intercambio, el cual al ser adquirido finalmente brinda una sensación de bienestar.(Morales Castro & Morales Castro, 2009).Dado que el mercado está formado por consumidores con distintos deseos, poder de compra y tendencias; he ahí la importancia de la segmentación de mercado que consiste simplemente en identificar un grupo de consumidores, que posiblemente tienen un comportamiento similar ante un producto o servicio(Dvoskin, 2004). Lo que lleva a decir que existen diferentes tipos de segmentación como:

Gráfico 2.4 Tipos de segmentación de mercado



Elaborado por: Monserrath Lucero
Fuente:(Mora, 2006)

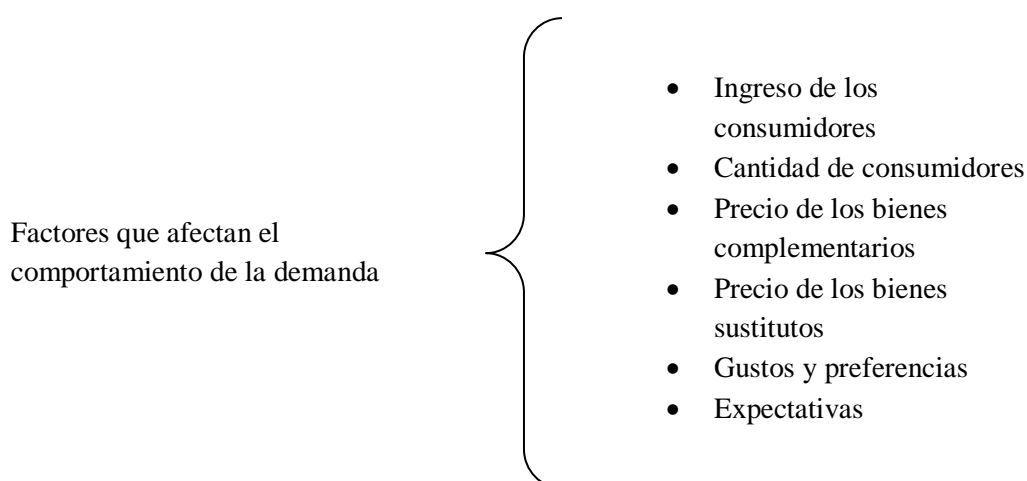
2.2.1.2. Comportamiento del mercado

Los principales aspectos económicos que explican el comportamiento del mercado en un proyecto de inversión corresponden a las fuerzas significativas que son la demanda, la oferta y los precios fijados en el mismo. Cabe señalar que la demanda es la cantidad de productos que los consumidores locales, regionales, nacionales o

internacionales requieren y adquieren a un precio establecido con la finalidad de satisfacer una necesidad, las cuales cambian permanentemente dependiendo distintos aspectos como edad, nivel de educación y estímulos de publicidad.

El objetivo principal de analizar la demanda es determinar los factores que afectan al comportamiento del mercado y las posibilidades reales de que el producto participe efectivamente en el mismo. Del mismo modo si el precio disminuye, existe la posibilidad de que la cantidad demandada del producto aumente. Dentro de este contexto se mencionan los siguientes factores que afectan al comportamiento de la demanda:

Gráfico2.5 Factores que afectan el comportamiento de la demanda

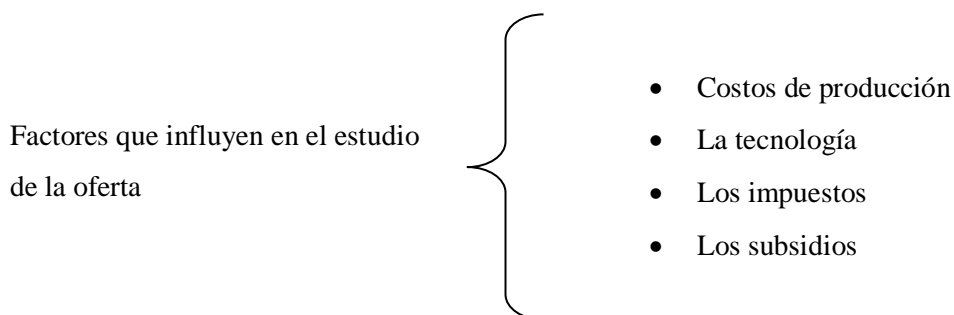


Elaborado por: Monserrath Lucero
Fuente:(Chain, 2011)

No obstante cuando existe una modificación de cualquier factor de la cantidad demandada, es decir el grado de respuesta o elasticidad del bien o servicio que se expresa como una medida cuantificable. Por otro lado la oferta es la cantidad de bienes o servicios que diferentes productores brindan en un mercado, en función de varios niveles de precios, en un periodo determinado, para que los consumidores satisfagan una necesidad.

Como en el caso de la demanda, la oferta tiene una posible correlación entre el precio y la cantidad, es por esto que cuando aumenta el precio del bien o servicio, mayor será la cantidad ofrecida. Entonces resulta que hay factores que influyen en el estudio de la oferta, tales como:

Gráfico2.6 Factores que influyen en el estudio de la oferta



Elaborado por: Monserrath Lucero
Fuente:(Macedo, 2006)

De la misma manera cuando existe una modificación de los factores que influyen en la oferta se da lugar a una serie de posibles alternativas correlacionando las dos variables consideradas, precios y cantidades. Macedo (2006) afirma: "La elasticidad de la oferta, es la medida en que se ofrece un producto en respuesta a un cambio de precio" (pág. 45).

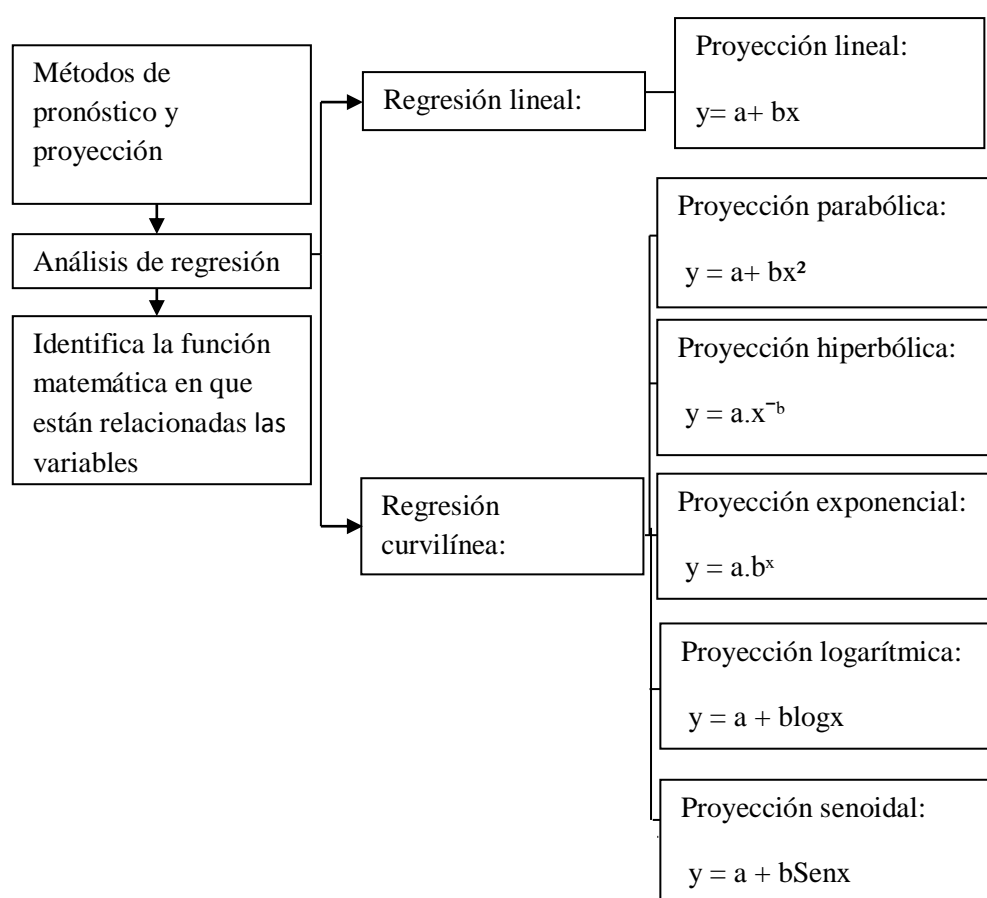
2.2.1.3. Proyección

Hay que reconocer que cuando se realiza un análisis de mercado, es necesario también efectuar una proyección de los ingresos que el negocio percibirá, además de los egresos que tendrá que asumir cuando el mismo se encuentre en funcionamiento; dicha proyección debe ser lo más cercana a la realidad y a la situación actual del mercado, servirá como herramienta de decisión para el inversionista, es por eso la

importancia de una buena proyección de la oferta y la demanda en un proyecto de inversión.

Existen varios métodos para la proyección de la demanda y de la oferta, los cuales dependen del bien o servicio, comportamiento del mercado y factores clave que determinan la tasa de crecimiento del mercado.

Gráfico2.7 Métodos de pronóstico y proyección



Elaborado por: Monserrath Lucero
Fuente:(Lozano, 2012)

2.2.2. Estudio técnico

Es importante examinar la posibilidad de la fabricación del producto o servicio para definir, analizar el tamaño óptimo, la localización más próspera, los equipos, las instalaciones y la distribución, para ejecutar el proyecto de inversión. Dentro de este

contexto se analiza también la disponibilidad y el costo de los suministros e insumos del futuro negocio del mismo modo, como la definición de la estructura orgánica, humana, administrativa y jurídica de las operaciones del proyecto (Herrera, 2009).

2.2.2.1. Tamaño del proyecto

Se define como la capacidad de producción en un periodo de tiempo de funcionamiento de un proyecto. El tamaño óptimo de un proyecto de inversión se considera cuando existe una alta rentabilidad, es decir que los beneficios del inversionista sean mayores que los costos producidos. Un bien o servicio debe tener un proceso productivo que consiste simplemente en la transformación de insumos a un producto o servicio final y para esto se toma en cuenta la capacidad de producción del proyecto que está compuesta de la siguiente manera:

Gráfico2.8 Capacidad de producción

Capacidad de producción			
Capacidad técnica: Producción obtenida de las máquinas y equipos.	Capacidad Económica: Producción que reduce al mínimo los costos unitarios o eleva las utilidades.	Capacidad normal viable: Se toma en cuenta solo equipos instalados en condiciones normales	Capacidad normal máxima: Capacidad técnica viable según las garantías proporcionadas por el proveedor.

Elaborado por: Monserrath Lucero
Fuente:(Herrero, 2009)

2.2.2.2. Localización

Dentro de los factores necesarios de investigación de un proyecto, el más importante es el relacionado con la localización, debido a la influencia de la producción y distribución comercial tanto de la materia prima como los productos o servicios ofrecidos al mercado. La idea es que la ubicación del proyecto debe ser evaluada técnica y económicamente, para seleccionar la mejor alternativa, con esto obtener la tasa de rentabilidad más alta o el costo unitario mínimo.

Para encontrar el lugar óptimo para un proyecto de inversión se debe orientar la localización, en función de ventajas en cuanto a servicios públicos, transporte, comunicaciones, materia prima, condiciones ambientales favorables y fuerza de trabajo apropiada.

2.2.3. Estudio Administrativo - Legal

A partir de esta actividad se constituye la base estructural y legal de la organización. Asimismo, se crea el funcionamiento organizacional, líneas de autoridad, responsables y coordinación de procesos internos con el recurso humano, equipos y materiales necesarios para el funcionamiento del negocio, todo esto bajo un marco legal establecido (Morales Castro & Morales Castro, 2009).

De acuerdo a la Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria (Arcsa), los propietarios de gimnasios ya no necesitan obtener permisos sanitarios de funcionamiento a partir de la resolución ARCSA- DE-040-2015-GGG (Anexo 1)

Artículo 2.- Exceptúese de la obligatoriedad de obtención de permiso de funcionamiento, a los establecimientos, que se encuentran identificados respectivamente con su código a continuación; sin perjuicio, a que los mismos, se encuentre sujetos a vigilancia; y a las respectivas sanciones que se generen, por el

incumplimiento de las condiciones higiénico sanitarias establecidas en la ley.(Garzón, 2015)

De acuerdo al reglamento sustitutivo para otorgar permisos de funcionamiento a los establecimientos sujetos a vigilancia y control sanitario, un negocio puede ser inspeccionado y debe cumplir el siguiente artículo.

Art. 11.- Todo establecimiento de servicios de atención al público y otros sujetos a vigilancia y control sanitario, para la obtención del Permiso de Funcionamiento, a más de cumplir con los requisitos establecidos en este Reglamento, debe contar al menos con un baño o batería sanitaria equipados con:

- a) Lavamanos.
- b) Inodoro y/o urinario, cuando corresponda.
- c) Dispensador de jabón de pared provisto de jabón líquido.
- d) Dispensador de antiséptico, dentro o fuera de las instalaciones sanitarias.
- e) Equipos automáticos en funcionamiento o toallas desechables para secado de manos.
- f) Dispensador provisto de papel higiénico.
- g) Basurero con funda plástica.
- h) Provisión permanente de agua, ya sea agua potable, tratada, entubada o conectada a la red pública.
- i) Energía eléctrica.

j) Sistema de alcantarillado o desagües funcionales que permitan el flujo normal del agua hacia la alcantarilla o al colector principal, sin que exista acumulación de agua en pisos, inodoros y lavabos.

k) Sistema de eliminación de desechos conforme a la normativa ambiental aplicable.

Según el Ministerio de Salud Pública los requisitos para el permiso de funcionamiento de establecimientos nuevos como centros cosméticos y estéticos, centros de reducción de peso, spa y gimnasios con los siguientes:

- Solicitud para permiso de funcionamiento.
- Planilla de Inspección.
- Copia títulos de los Profesionales Endocrinólogo y Nutricionista, (en caso de centro de reducción de peso).
- Lista de tipos de tratamiento realizados por el centro de reducción de peso, con el aval profesional responsable.
- Copias de títulos de los profesionales de la salud (registrados en el Ministerio de Salud Pública)
- Copia título del Profesional Licenciado(a) en Educación física (gimnasios.).
- Copia del Certificado del título emitido por el Conesup
- Copia de certificado de salud ocupacional emitido por los centros de salud del Ministerio de Salud (el certificado de salud tiene validez por 1 año).
- Copia de la Cédula y Certificado de Votación del propietario.
- Copia del RUC del establecimiento.
- Certificado de Funcionamiento del Cuerpo de Bomberos

Según el Servicio de Rentas Internas (SRI): Obtención del ruc del establecimiento

Art. 3.- De la Inscripción Obligatoria.- Todas las personas naturales y jurídicas, entes sin personalidad jurídica, nacionales y extranjeras, que inicien o realicen actividades económicas en el país en forma permanente u ocasional o que sean titulares de bienes o derechos que generen u obtengan ganancias, beneficios, remuneraciones, honorarios y otras rentas sujetas a tributación en el Ecuador, están obligados a inscribirse, por una sola vez en el Registro Único de Contribuyentes.(Servicio de Rentas Internas del Ecuador, 2016)

Según las ordenanzas municipales: GAD Municipalidad de Ambato, permiso de uso de suelo y patente municipal

Según el Ministerio del Ambiente: permiso del medio ambiente

2.2.4. Estudio Financiero

Se comprende que mediante esta herramienta de estudio se evalúan las necesidades financieras y se analizan indicadores financieros para la evaluación del proyecto y su funcionamiento. Es necesario tomar en cuenta dos elementos claves que son, el efectivo que integra, la corriente de ingresos que producirá el proyecto de inversión, los cuales deben ser suficientes para recuperar la inversión y la cantidad de recursos monetarios.

2.2.4.1. Capital de trabajo

Son todos los recursos necesarios para la ejecución normal y eficiente de un negocio, durante un ciclo productivo y para una capacidad y tamaño determinada. Se define ciclo productivo al proceso de transformación desde insumos ingresados hasta el producto terminado ofrecido(Puelma, 2000).

2.2.4.2. Análisis de sensibilidad

Frente a la necesidad de justificar una inversión, se toma en cuenta la mayor información posible, con esto surgen los modelos de sensibilidad como un complemento de preparación y evaluación de un proyecto, para medir los escenarios futuros posibles de un negocio, se analizan los cambios que se producen modificando en escenarios optimistas y escenarios pesimistas las variables del entorno del mercado para determinar la rentabilidad del mismo (Puelma, 2000).

2.2.4.3. Análisis de indicadores para la medición de un estudio de factibilidad

Tabla 2.1 Indicadores del Estudio de Mercado

Indicadores del Estudio de Mercado:	Concepto:	Formula:
Elasticidad:	Es un indicador del cambio relativo, que mide la variación en el precio sobre la cantidad demandada cuando se modifica cualquiera de los factores de la misma(Chain, 2011).	$\varepsilon = \frac{\Delta QD/QD}{\Delta P/P}$ <p>Donde, ε es la elasticidad; ΔQD la variación en la cantidad demandada; QD la cantidad demandada original; ΔP la variación en el precio y P el precio original(Chain, 2011)</p>
Punto de equilibrio:	"Es el nivel mínimo de producción y ventas que debe obtener la empresa para cubrir las obligaciones imputables al ejercicio normal de la organización. Se indica igualmente que el punto de equilibrio es el volumen de producción o ventas en el cual la empresa no obtiene ni pérdidas, ni	<p>Donde, CF=costos fijos, CV= costos variables; CT= costos totales; IT= ingreso total; PE= punto de equilibrio; Pu= precio unitario; CVu= costo variable unitario</p> <ul style="list-style-type: none"> • En función de cantidades por producir(Q): $PE = CF / (Pu - CVu)$ <ul style="list-style-type: none"> • En función de volumen de ventas(\$):

	ganancias"(Colombia, 1990, pág. 21).	$PE=CF/(1 - CV/IT)$ <ul style="list-style-type: none"> En función de capacidad instalada (%): $PE=CF/(IT-CV)$. (Lozano, 2012)
Valor presente neto o valor anual neto (VAN):	Este indicador compara los beneficios del proyecto con el costo de oportunidad, el valor presente de la suma de un dinero, es la cantidad que se va a invertir hoy para asegurar una suma de dinero en el futuro .Del mismo modo el valor presente neto es la diferencia entre el valor presente de los ingresos menos el valor presente de los egresos.(Lozano, 2012)	<ul style="list-style-type: none"> Si el VPN es mayor que cero se debe aceptar el proyecto Si el VPN es igual a cero es indiferente Si el VPN es menor que cero se debe rechazar el proyecto <p>Donde; II es inversión inicial; FnF es flujo neto de fondos; i: Tasa de descuento o tasa mínima aceptable; j es el periodo.</p> $VAN: -II+ \sum F_n F_1 / (1+i)^j$
Tasa interna de retorno (TIR):	Es la tasa de descuento en la cual, los ingresos netos del proyecto cubren los costos de inversión, de operación y de rentabilidad. Con esta tasa de interés aplicada al valor presente neto del proyecto hace	<ul style="list-style-type: none"> Si la TIR es mayor que la tasa mínima aceptable(tasa de oportunidad), se debe aceptar Si la TIR es igual a la tasa mínima aceptable (tasa de oportunidad, es

	que sea igual a cero(Lozano, 2012).	indiferente. • Si la TIR es menor que la tasa mínima aceptable (tasa de oportunidad), se debe rechazar(Lozano, Formulación y evaluación de proyectos 7a.ed, 2012).
Tasa mínima atractiva de retorno (TMAR):	Es la tasa mínima de retorno que espera el inversionista del proyecto, este valor está relacionado con el riesgo de la pérdida de la inversión.	Para calcular el TMAR se debe contemplar la tasa de interés pasiva y el índice de riesgo país
PaybackPeriod	Llamado también periodo de recuperación, en el cual se determinan el número de periodos para recuperar la inversión inicial del proyecto, a través de flujos de efectivo futuros que generará en negocio(Urbina, 2013).	Es el número de periodos que los flujos de efectivo acumulados dan como resultado la inversión inicial
Relación costo beneficio-costo:	Es un indicador de rentabilidad, que se calcula con el valor presente de los ingresos brutos y este valor se divide por el valor presente de los costos brutos (Lozano, 2012).	Donde; RBC es relación beneficio-costo, VPI es valor presente de los ingresos brutos, VPC es valor presente de los costos brutos $RBC = VPI/VPC$

Fuente: Diferentes Autores

2.2.5. Estudio Ambiental

Lozano (2012) afirma:" La gestion ambiental de proyectos es el conjunto de todas lasz acciones necesarias para la prevencion, mitigación y compensación de los impactos ambientales negativos y para la potenciación de los impactos benéficos"(pág. 194). Se debe tomar en cuenta la gestión ambiental en cualquier proyecto de inversión ya que va a formar parte de una comunidad el futuro negocio, por esta razón se toman en cuenta criterios, estrategias y acciones para prevenir y compensar impactos ambientales negativos.

CAPÍTULO III

3. METODOLOGÍA:

3.1. Fuentes de Información

3.1.1. Fuentes Primarias

Se aplicó los habitantes del sector una encuesta, los mismos que pueden ser considerados como clientes potenciales; ya que proporcionaron información directa que sustenta el proyecto de investigación.

3.1.2. Fuentes Secundarias

Se recurrió a fuentes bibliográficas de distintos autores; además de publicaciones digitales, páginas web y documentos electrónicos, que aportaron al proyecto de investigación

3.2. Tipo de investigación

3.2.1. Estudio exploratoria

Se utilizaron investigaciones previas de estudios de factibilidad, para relacionarlos, obtener información importante y perfeccionar la investigación. Además se visitó a los mayores competidores de gimnasios en la ciudad de Ambato para obtener información actual de precios y productos ofrecidos en los mismos, con el fin de conocer el mercado y las tendencias del consumidor.

3.2.2. Estudio explicativo

Se detallaron independientemente aspectos relevantes en la investigación para especificar las propiedades y características que debe tener la creación de un gimnasio, al mismo tiempo identificar variables medibles, es por esta razón que se analizan los diferentes estudios en un proyecto de factibilidad, específicamente el estudio financiero con el cual se recopila información para la toma de decisión, si será o no rentable la creación de un gimnasio en la parroquia Izamba. Además se expone en la propuesta del proyecto de investigación todos los aspectos necesarios para la creación de un gimnasio.

3.3. Instrumentos para obtener información:

Se obtuvo información mediante la encuesta, un instrumento de medición disponible para ser aplicado a los habitantes de la parroquia Izamba para obtener datos; los cuales son codificados y entendidos en los resultados, dando mayor confianza y validez a la investigación.

3.3.1. Cuestionario:

Se aplicó un cuestionario con preguntas respecto a la problemática del tema las cuales están pre-codificadas, el tamaño del cuestionario depende básicamente de las dimensiones a medir, se utilizaron preguntas cerradas y abiertas, que contienen categorías o alternativas de respuestas. El cuestionario está destinado a los habitantes del sector de la parroquia Izamba, en el cual se realiza el estudio de factibilidad, los encuestados se encontraron entre 15 años hasta 45 años de edad, en algunos casos por tiempo del encuestado, se llenaron los formatos por el encuestador con respuestas dictadas por el encuestado.

3.4. Segmentación del Mercado

3.4.1. Segmentación Geográfica

La ubicación del proyecto fue en la parroquia Izamba en el sector norte de la ciudad de Ambato. El mercado donde se pretende ofertar el servicio de un gimnasio se encuentra en la parroquia San Jacinto de Izamba ubicado a 20 minutos del centro de Ambato. Con una población de 14563 habitantes(Instituto Nacional de Estadística y Censos INEC, 2010). Se visitaron a los futuros más grandes competidores del negocio en la ciudad de Ambato para obtener información del mercado.

3.4.2. Segmentación Demográfica

El proyecto se enfoca directamente a personas entre 15 a 45 años de edad, de género masculino y femenino, del sector urbano de la parroquia Izamba.

3.4.3. Segmentación Socio-Económico

Al ser un servicio de bienestar y salud, asequible por el precio, el nivel socio económico será un segmento medio – alto

3.5. Población y muestra

3.5.1. Población

Para seleccionar de la muestra, se delimita aspectos como la edad que va entre los 15 a 45 años de edad, su género debe ser indefinido que vivan en el sector de la parroquia Izamba, se determina la población que es estudiada y sobre la cual se pretende generar los resultados(Hernández Sampieri, Fernández Collado, & Baptista Lucio, 1991). Los datos referenciales de la población están tomados de los informes

estadísticos del Instituto Nacional de Estadística y Censos INEC(2010) por lo que se tiene:

La población total de habitantes de provincia de Tungurahua con una edad de 15 años hasta 45 años es 241859 habitantes.

Tabla 3.1 Población objetiva de la provincia de Tungurahua, según el Censo del 2010

Población objetiva de la provincia de Tungurahua, según el Censo del 2010	
Rango de edad	
de 45 a 49 (% de 45) años	5274
de 40 a 44 años	28966
de 35 a 39 años	32874
de 30 a 34 años	37189
de 25 a 29 años	42233
de 20 a 24 años	45622
de 15 a 19 años	49701
Población total de habitantes de 15 años a 45 años de edad en Tungurahua:	
	241859

Elaborado por: Monserrath Lucero

Fuente:(Instituto Nacional de Estadística y Censos INEC, 2010)

La población de hombres y mujeres respectivamente de la provincia y ciudad de Ambato:

Tabla 3.2 Población de hombres y mujeres de la provincia de Tungurahua y Ambato

Población de hombres y mujeres de la provincia de Tungurahua y Ambato	Hombres	Mujeres	Total
• Población Tungurahua	244783	259800	504583
• Población Ambato	159830	170026	329856

Elaborado por Monserrath Lucero

Fuente:(Instituto Nacional de Estadística y Censos, 2010)

El porcentaje de la ciudad de Ambato con relación a la provincia de Tungurahua es de 65,37%, se aplica una regla de tres para obtener el porcentaje

Tabla 3.3 Porcentaje del cantón Ambato en relación a la provincia de Tungurahua

Porcentaje del cantón Ambato en relación a la provincia de Tungurahua:	Población total	Porcentajes
	<ul style="list-style-type: none"> • Tungurahua 	504583
<ul style="list-style-type: none"> • Ambato 	329856	65,37%

Elaborado por Monserrath Lucero

Fuente: (Instituto Nacional de Estadística y Censos, 2010)

El porcentaje de la población objetiva de la provincia de Tungurahua con relación a la población total de Tungurahua es de 47,93%, se aplica una regla de tres para obtener el porcentaje.

Tabla 3.4 Porcentaje de la población objetiva de la provincia de Tungurahua con relación a la población total de Tungurahua

Porcentaje de la población objetiva de la provincia de Tungurahua con relación a la población total de Tungurahua:	Población	Porcentajes
	<ul style="list-style-type: none"> • Población total de Tungurahua 	504583
<ul style="list-style-type: none"> • Población total de habitantes de 15 años a 45 años de edad en Tungurahua (Población objetiva) 	241859	47,93%

Elaborado por Monserrath Lucero

Fuente: (Instituto Nacional de Estadística y Censos, 2010)

La población urbana y rural de la provincia de Tungurahua

Tabla 3.5 Población urbana y rural de la provincia de Tungurahua

Población urbana y rural de la provincia de Tungurahua:	Población	Total
	<ul style="list-style-type: none"> • Sector Urbano 	205546
<ul style="list-style-type: none"> • Sector Rural 	299037	

Elaborado por Monserrath Lucero

Fuente: (Instituto Nacional de Estadística y Censos, 2010, s.f.);

El porcentaje del sector urbano de la población de Tungurahua con relación a la población total de la provincia de Tungurahua es de 40,74%

Tabla 3.6 Porcentaje del sector urbano con relación a la población total de la provincia de Tungurahua

Porcentaje del sector urbano con relación a la población total de la provincia de Tungurahua:		
• Población total de la provincia de Tungurahua	504583	100%
• Población del sector urbano	205546	40,74%

Elaborado por: Monserrath Lucero
Fuente: (Instituto Nacional de Estadística y Censos, 2010, s.f.)

La tasa de crecimiento de la población en la provincia de Tungurahua es de 10,50% entre los años 2010 al 2015, de acuerdo a los datos obtenidos.

Tabla 3.7 Cálculo de la tasa de crecimiento poblacional del 2015

Calculo de la tasa de crecimiento poblacional del 2015:		
• Población total de la provincia de Tungurahua en el 2010	504583	100%
• Población total de la provincia de Tungurahua en el 2015	557563	110,50%

Elaborado por: Monserrath Lucero
Fuente: (Instituto Nacional de Estadística y Censos, 2010)

Con la tasa de crecimiento se calcula el incremento de la Población total de habitantes de 15 años a 45 años de edad en Tungurahua que es de 267254, para identificar la población urbana de la provincia de Tungurahua del sector urbano en el 2015 se realiza el siguiente cálculo:

Tabla 3.8 Proyección al año 2015 de la población objetiva de la provincia de Tungurahua

Proyección al año 2015 de la población objetiva de la provincia de Tungurahua:		
• Población total de habitantes de 15 años a 45 años de edad en Tungurahua:	241859	Total
• El 10,5% de la población total de habitantes de 15 años a 45 años de edad en Tungurahua:	25395	267254

Elaborado por: Monserrath Lucero
Fuente: (Instituto Nacional de Estadística y Censos, 2010)

La población del sector urbano de la provincia de Tungurahua con relación a la proyección al año 2015 de la población objetiva de la provincia de Tungurahua es 108879

Tabla 3.9 La población del sector urbano con un rango de 15 a 45 años de la provincia de Tungurahua

La población del sector urbano con un rango de 15 a 45 años de la provincia de Tungurahua:		
<ul style="list-style-type: none"> • Proyección al año 2015 de la población objetiva de la provincia de Tungurahua: 	267254,195	Total
<ul style="list-style-type: none"> • Porcentaje del sector urbano con relación a la población total de la provincia de Tungurahua: 	40,74%	108879,35

Elaborado por: Monserrath Lucero

Fuente: (Instituto Nacional de Estadística y Censos, 2010)

Porcentaje que representa la parroquia Izamba en relación con el cantón Ambato es de 4,41%.

Tabla 3.10 Porcentaje de la población del cantón Ambato con relación a la población de la parroquia Izamba

Porcentaje de la población del cantón Ambato con relación a la población de la parroquia Izamba:	Población	Porcentajes
<ul style="list-style-type: none"> • Ambato 	329856	100%
<ul style="list-style-type: none"> • Izamba 	14563	4,41%

Elaborado por: Monserrath Lucero

Fuente: (Instituto Nacional de Estadística y Censos, 2010)

Tabla 3.11 Población universal

Población universal:		
<ul style="list-style-type: none"> • La población del sector urbano con un rango de 15 a 45 años de la provincia de Tungurahua: 	108879	Total
<ul style="list-style-type: none"> • Porcentaje de la población del cantón Ambato con relación a la población de la parroquia Izamba: 	4,41%	4801

Elaborado por: Monserrath Lucero

Fuente: (Instituto Nacional de Estadística y Censos, 2010)

La población total de estudio es 4801 (Universo). Se partió de un universo macro considerado como Tungurahua, un enfoque meso el cual es el cantón Ambato, hasta llegar a una segmentación micro que es la parroquia Izamba. Se procede a sacar un peso proporcional de las respectivas segmentaciones maso, meso y micro para llegar a nuestra población total de estudio. De esta misma manera el INEC segmenta a las 49 zonas urbanas del cantón Ambato para hacer el levantamiento de las encuestas de condiciones de vida ECV, y calcula las muestras de los sondeos de opinión ciudadana(Instituto Nacional de Estadística y Censos, 2010, s.f.).

3.3.2. Muestra:

Definida la población total de estudio, se procedió al cálculo de la muestra finita con la siguiente fórmula, ya que la proporción o porcentaje poblacional es muy grande y la variable aleatoria estudiada es binomial (éxito o fracaso) y dicotómica (toma dos valores)

Tabla 3.12Fórmula para calcular la muestra

Fórmula para calcular la muestra		
Nomenclatura:	Datos	Valores
Es el nivel de confianza	Z	1,96
Es la variabilidad positiva	P	0,5
Es la variabilidad negativa	Q	0,5
Es el tamaño de la población	N	4801
Es la precisión o el error	E	0,05

n=

$$\frac{Z^2 * p * q * N}{N * e^2 + Z^2 * p * q}$$

$$n = \frac{(1,96)^2 * 0,5 * 0,5 * 4801}{4801(0,05)^2 + (1,96)^2 * 0,5 * 0,5}$$

$$n = \frac{4610,88}{12.9629}$$

$$n = 356$$

3.6. Procesamiento y Análisis de Información

Se analizó y procesó la información obtenida a partir de las encuestas realizadas a los habitantes de la parroquia Izamba, para luego reconocer y comparar los datos recolectados, finalmente se plasman en tablas realizadas en el programa Excel 2007, lo cual permite interpretar los resultados del capítulo IV.

CAPÍTULO IV

4. ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

El capítulo recopila los resultados de las encuestas realizadas a los habitantes y transeúntes de la parroquia Izamba.

La encuesta está dirigida a habitantes que cumplan con las siguientes características; de género masculino o femenino, entre los 15 a 45 años, consta de 12 preguntas: 1 abierta y 11 cerradas; y tiene una duración de 1 minuto.

4.1. Resultados Obtenidos

1. ¿Realiza algún tipo de actividad física?

Tabla 4.1 Procesamiento de datos pregunta 1

1. ¿Realiza algún tipo de actividad física?		
Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Siempre	182	51%
A veces	133	37%
Casi nunca	30	8%
Nunca	11	3%
Total	356	100%

Elaborado por: Monserrath Lucero
Fuente: Encuesta

Análisis e Interpretación:

El 51% de los encuestados siempre realizan algún tipo de actividad física, mientras que un porcentaje menor de 37% a veces, casi nunca un 9% y nunca con un 3%, esto permite identificar que en la parroquia Izamba los habitantes tienen una actividad física activa y no son sedentarios.

2. ¿Con qué frecuencia hace su actividad física?

Tabla 4.2Procesamiento de datos pregunta 2

2. ¿Con qué frecuencia hace su actividad física?		
Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
De 1 a 2 veces a la semana	83	23%
De 3 a 4 veces a la semana	120	34%
Toda la semana	153	43%
Total	356	100%

Elaborado por: Monserrath Lucero

Fuente: Encuesta

Análisis e Interpretación:

El 43% de los habitantes practican actividad física diaria, el 34% de la población realiza de 3 a 4 veces a la semana, y el 23% hace de 1 a 2 veces a la semana diferentes actividades físicas. Con esto se puede decir que la mayoría de los habitantes del sector de la parroquia Izambare realizan diversas actividades físicas y que la muestra seleccionada que son personas entre una edad de 15 a 45 años se preocupa por la salud y el deporte, mientras que un porcentaje muy pequeño no realiza ninguna actividad física.

3. ¿Acudiría a realizar sus actividades físicas en un gimnasio en el sector?

Tabla 4.3Procesamiento de datos pregunta 3

3. ¿Acudiría a realizar sus actividades físicas en un gimnasio en el sector?		
Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Si	287	81%
No	30	8%
Tal vez	39	11%
Total	356	100%

Elaborado por: Monserrath Lucero

Fuente: Encuesta

Análisis e Interpretación:

El 81% de los encuestados acudirían a realizar sus actividades físicas en un gimnasio en el sector, mientras que un 11% tal vez asistieran y un 8% no asistieran o no les gusta visitar a un gimnasio para realizar actividades físicas. La mayoría de los habitantes encuestados dijeron que acudirían a un gimnasio a realizar sus actividades físicas, los cuales serían posibles clientes potenciales del negocio.

4. ¿Asiste a un gimnasio de la ciudad de Ambato?

Tabla 4.4Procesamiento de datos pregunta 4

4. ¿Asiste a un gimnasio de la ciudad de Ambato?		
Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Si	288	81%
No	68	19%
Total	356	100%

Elaborado por: Monserrath Lucero
Fuente: Encuesta

Análisis e Interpretación:

El 81% de los encuestados acudieron o acuden a un gimnasio de la ciudad de Ambato, mientras que el 19% de los habitantes no han concurrido a ningún gimnasio. La mayor parte de los encuestados respondieron que asisten a un gimnasio de la ciudad de Ambato, es por esta razón que se confirma uno de los problemas de la investigación que es la distancia que tienen que recorrer los habitantes del sector para ir a su gimnasio de preferencia, es decir invierten en una salud física y mental para tener un mejor estilo de vida, lo cual es una de las tendencias de negocios en la actualidad.

5. ¿Considera usted necesaria la apertura de un gimnasio en este sector?

Tabla 4.5Procesamiento de datos pregunta 5

5. ¿Considera usted necesario la apertura de un gimnasio en este sector?		
Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Si	298	84%
No	14	4%
Tal vez	44	12%
Total	356	100%

Elaborado por: Monserrath Lucero
Fuente: Encuesta

Análisis e Interpretación:

El 84% de los habitantes de este sector afirman que es necesaria la apertura de un gimnasio, mientras que el 12% no están seguras, y el 4% de las personas encuestadas no lo consideran necesario. La mayor parte de los encuestados respondieron que es indispensable la apertura de un gimnasio en el sector debido a que se presume que no existe un gimnasio en la zona que cumpla con un servicio de calidad y diferentes opciones de actividades físicas que tienen otros gimnasios de la ciudad de Ambato.

6. ¿La apertura de un gimnasio en este sector aportaría de manera favorable a su vida cotidiana?

Tabla 4.6Procesamiento de datos pregunta 6

6. ¿La apertura de un gimnasio en este sector aportaría de manera favorable a su vida?		
Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Mucho	320	90%
Poco	26	7%
Nada	10	3%
Total	356	100%

Elaborado por: Monserrath Lucero
Fuente: Encuesta

Análisis e Interpretación:

El 90% de la población encuestada afirma que la apertura de un gimnasio en el sector aportaría de manera favorable a su vida cotidiana mientras que un 7% dice que contribuiría muy poco y un 3% no participaría en nada en su vida cotidiana. La apertura de un gimnasio ayudaría al estilo de vida de las personas no solo con el control de peso sino para reducir el riesgo de enfermedades.

7. ¿Con cuántas personas acude regularmente al gimnasio?

Tabla 4.7Procesamiento de datos pregunta 7

7. ¿Con cuántas personas acude regularmente al gimnasio?		
Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Solo	138	39%
Una persona	197	55%
Más de dos	21	6%
Total	356	100%

Elaborado por: Monserrath Lucero
Fuente: Encuesta

Análisis e Interpretación:

El 55% de las personas encuestadas prefieren visitar un gimnasio en pareja, el 39% van solas y un 6% asiste con más de dos personas a los diferentes gimnasios de la ciudad de Ambato. La mayoría de los habitantes encuestados acuden regularmente al gimnasio acompañado de una persona, se considera que dicha actividad resulta mucho más competitiva y motivadora. Se cree que es mucho más competitivo y motivador.

8. ¿Escriba de acuerdo a sus preferencias el gimnasio que más frecuenta en la ciudad de Ambato?

Tabla 4.8Procesamiento de datos pregunta 8

8. ¿Escriba de acuerdo a sus preferencias el gimnasio que más frecuenta en la ciudad de Ambato?		
Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Live Life	2	1%
Total Gym	10	3%
Extreme Gym	13	4%
Lomax	6	2%
Skainos	63	18%
Crossfit Ambato	29	8%
Secoya	15	4%
Avalon	93	26%
Keops	85	24%
Oxigeno	10	3%
No asiste a ningún gimnasio	30	8%
Total	356	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Monserrath Lucero

Análisis e Interpretación:

De las personas encuestadas existe un 28% que va al Avalon, un 26% que acude al Keops, un 19% al Skainos, un 9% al Crossfit Ambato, un 5% al Secoya, un 4% asiste al Extreme Gym, un 10% concurre al Total Gym, un 10% acude al Oxigeno Gym, un 2% asiste al Lomax, y un 1% concurre Live Life. Se puede concluir que los habitantes frecuentan a diferentes gimnasios de la ciudad de Ambato dependiendo sus preferencias. Con esto se puede identificar las preferencias del consumidor y conocer un poco más el mercado.

9. ¿Cuál es el factor más importante por el cual Ud. prefiere ese gimnasio?

Tabla 4.9Procesamiento de datos pregunta 9

9. ¿Cuál es el factor más importante por el cual Ud. prefiere ese gimnasio?		
Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Precio	68	19%
Calidad y Servicio	79	22%
Ambiente	65	18%
Variedad	144	40%
Total	356	100%

Elaborado por: Monserrath Lucero
Fuente: Encuesta

Análisis e Interpretación:

De la población encuestada el 41% acude a un gimnasio que le brinde variedad de actividades físicas, el 22% prefieren calidad y servicio, el 19% acude a un gimnasio por su precio y el 18% concurre a un gimnasio por su ambiente. La población encuestada respondió que para ellos el factor más significativo a tomar en cuenta en la elección de un gimnasio es la variedad de actividades que le brinda al cliente, la calidad y el servicio van de la mano de este factor, el precio es un factor que recompensa lo anteriormente mencionado y que el ambiente es uno de los factores que menos importancia tuvo para los encuestados.

10. ¿Qué valor mensual estaría dispuesto a pagar por el servicio de un gimnasio?

Tabla 4.10Procesamiento de datos pregunta 10

10. ¿Qué valor mensual estaría dispuesto a pagar por el servicio de un gimnasio?		
Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
De 30\$ a 35\$	99	28%
De 36\$ a 40\$	250	70%
De 41\$ a 50\$	7	2%
Total	356	100%

Elaborado por: Monserrath Lucero
Fuente: Encuesta

Análisis e Interpretación:

El 70% de la población encuestada estaría dispuesto a pagar un valor mensual entre los 36\$ a 40\$ dólares, el 28% pagaría un valor mensual de 30\$ a 35\$ dólares, y el 2% adquirirá el servicio de gimnasio a un precio entre 41\$ a 50\$ dólares. La mayor parte de la población encuestada afirma que pagaría un valor entre 36\$ a 40\$ por el servicio de gimnasio en el sector de Izamba. Esta pregunta de la encuesta, ayuda a determinar el precio de introducción del servicio.

11. ¿Además de servicio del gimnasio que otro considera necesario que pueda brindarle?

Tabla 4.11Procesamiento de datos pregunta 11

11. ¿Además de servicio del gimnasio que otro considera necesario que pueda brindarle?		
Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Nutrición dirigida	99	31%
Masajes y tratamientos	22	7%
Servicio a Domicilio de dietas	198	62%
Total	319	100%

Elaborado por: Monserrath Lucero

Fuente: Encuesta

Análisis e Interpretación:

El 62% de los habitantes del sector creen necesario complementar un gimnasio con el servicio de dietas a domicilio además de una nutrición dirigida que representa un 31% y el 7% piensa necesario el servicio de masajes y tratamientos para reducir medidas y tallas. Se debe tomar en cuenta que los habitantes confirman la importancia de que el ejercicio va de la mano de una alimentación equilibrada es por esta razón que el servicio de gimnasio estaría complementado por el servicio de dietas a domicilio.

12. Qué tiempo asignaría para asistir al gimnasio

Tabla 4.12 Procesamiento de datos pregunta 12

12. ¿Qué tiempo asignaría para asistir al gimnasio?		
Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
30 Minutos	22	6%
1 Hora	297	84%
2 Horas o más	37	10%
Total	356	100%

Elaborado por: Monserrath Lucero

Fuente: Encuesta

Análisis e Interpretación:

El 84% de la población encuestada fijaría una duración de una hora para asistir a un gimnasio mientras que un 10% determinaría un tiempo de dos horas o más para el gimnasio y un 6% ocuparía un período de media hora para realizar ejercicios. La mayor parte de los habitantes encuestados asignaría un tiempo de 1 hora al día para su entrenamiento, y muy pocas personas entrenarían solo una media hora al día.

4.2. Conclusiones:

Según los resultados de las encuestas realizadas existen diferentes conclusiones y puntos de vista significativos que le dan validez y sustento al proyecto de investigación:

- En la parroquia de Izamba existe un número considerable de posibles clientes debido a la preferencia y comportamiento que tienen los habitantes para realizar actividades físicas, son personas que asisten a diferentes gimnasios de la ciudad de Ambato.
- Hace falta la apertura de un gimnasio que cumpla con factores de preferencia para los clientes potenciales del mismo que son variedad de

actividades físicas, calidad y servicio, y por último que sea asequible en el precio.

- La mayoría de los habitantes encuestados asisten regularmente al gimnasio de su preferencia de la ciudad de Ambato acompañado de una persona, se presume que es mucho más competitivo y motivador asistir con un familiar o amigo.
- Los principales gimnasios de la ciudad de Ambato que los habitantes de Izamba prefieren para acudir a realizar diferentes actividades están enumerados de la siguiente manera; en primer lugar está el gimnasio Avalon, en segundo lugar el gimnasio Keops y en tercer lugar ocupado por el gimnasio Skainos. Con esta información se identifica la competencia y las tendencias del consumidor lo cual, brinda más información del mercado actual para el proyecto de inversión.
- Los habitantes pagarían un valor mensual de 36\$ a 40\$ dólares por el servicio de gimnasio en el sector de Izamba.

4.3. Recomendaciones:

- Se puede considerar que existe un número de posibles clientes en la parroquia Izamba, debido al comportamiento del consumidor en esta zona, es por esto que es posible la existencia de una demanda insatisfecha la cual es indispensable conocer para que la idea de negocio plantada tome forma como un proyecto de inversión, en el cual se realizan diferentes estudios para ver si es o no factible el negocio.
- Es recomendable invertir en una de las tendencias de negocios relacionados a la salud y al bienestar, ya que la apertura de un gimnasio

aportaría favorablemente al estilo de vida de las personas del sector no solo en el control de peso sino para reducir el riesgo de enfermedades futuras.

- Considerar promociones dúo o paquetes promocionales del servicio o productos a ofertar en el gimnasio ya que las personas manifestaron asistir acompañadas al gimnasio
- Identificar los principales competidores del negocio para establecer aspectos relevantes que les hace ser buenos gimnasios en la ciudad de Ambato, mejorarlos y con esto crear una ventaja competitiva que ayude a posicionar el nuevo gimnasio en el mercado.
- Se debe tomar en cuenta el valor mensual que pagarían los habitantes del sector de Izamba para determinar un precio de introducción al mercado para que tenga buena acogida el servicio de gimnasio.

CAPÍTULO V

5. PROPUESTA

5.1. Título:

Diseño de un estudio de factibilidad para la creación de un gimnasio en la parroquia Izamba en el cantón Ambato

5.2. Antecedentes:

El vigente proyecto de investigación tiene como objetivo establecer la factibilidad previa a la implementación de un gimnasio en la parroquia Izamba del cantón Ambato, mediante un análisis de diferentes estudios se puede demostrar si el emprendimiento es o no rentable y con esto, poder disminuir la incertidumbre que es poner en marcha un nuevo negocio en el mercado.

Por otro lado en la parroquia Izamba existe un gimnasio llamado Total Gym el cual no tiene mucha acogida, ya que no cumple con los requisitos que los habitantes esperan encontrar al escoger un gimnasio, factores como variedad en actividades físicas y un servicio de calidad son requisitos indispensables que toman en cuenta para asistir a su gimnasio de preferencia, el resultado de esto es que los habitantes tengan que frecuentar otros gimnasios de la ciudad de Ambato, por esta razón el presente proyecto ayuda de forma favorable a la vida cotidiana de los habitantes del sector no solo por el control de peso sino para dar un estilo de vida renovador y saludable.

5.3. Beneficiarios:

Habitantes de la parroquia Izamba, al norte de la ciudad de Ambato.

5.4. Ubicación:

Av. Indoamérica y calle Juticalpa.

5.5. Tiempo estimado de ejecución:

5 años

5.6. Desarrollo del Estudio de Factibilidad:

5.6.1. Estudio de Mercado

Logotipo

Gráfico 5.1 Logotipo del Gimnasio



Elaborado por: Monserrath Lucero
Fuente: Propia

Significado de colores:

Negro: Significa sobriedad, poder

Amarillo: Significa energía, felicidad, diversión, innovación.

Slogan

“Sé la mejor versión de ti mismo.”

Misión

Contribuir al desarrollo integral de la salud física y mental de nuestros clientes, atendiendo sus expectativas deportivas mediante la calidad y excelencia de nuestras instalaciones, modernos equipos y personal altamente calificado.

Visión

Ser la mejor opción deportiva en la ciudad de Ambato, diferenciándonos de la competencia en cuanto a la calidad y diversidad en los servicios, brindando una experiencia única a través de nuestro personal calificado y nuestras instalaciones adecuadas.

Principios

- **Unidad funcional:** El cuerpo humano es un todo, cada organismo y sistema están interrelacionado con los otros. Es por esta razón que el proceso de entrenamiento debe generar evolución y desarrollo de los distintos sistemas del organismo y un fallo cualquiera hace imposible la continuidad del entrenamiento(Prieto, 2013).
- **Progresión:** Se refiere a la evolución de las exigencias de carga por parte de los instructores calificados, el aumento de carga se realiza de forma gradual adaptándose a las necesidades de cada cliente(Prieto, 2013).
- **Especificidad:** El entrenamiento específico permite el dominio del cuerpo. El ambiente deportivo exige familiarizarse con los objetivos

del cliente con el fin de llegar a una coordinación de técnicas para llevar a cabo los objetivos deseados(Prieto, 2013).

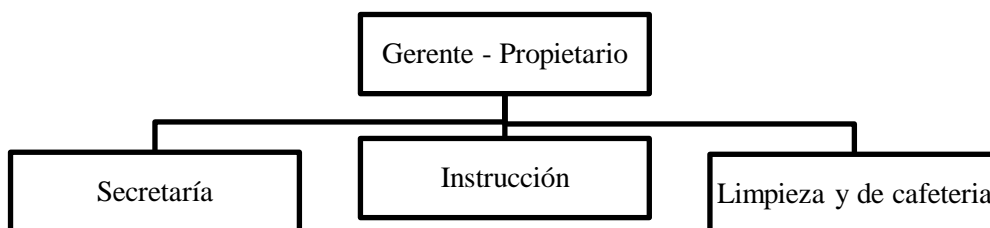
- Compromiso: Personal calificado, Espacio e Instalaciones adecuadas para brindar un servicio de primera.

Valores

- Calidad: Selección de máquinas ergonómicas con alta gama de accesorios provenientes de diferentes proveedores.
- Seriedad: Asegura y garantiza un servicio acorde a las necesidades de los clientes.
- Eficiencia: Reducir nuestros costos y mejorar continuamente nuestros márgenes de rendimiento

Organigrama estructural

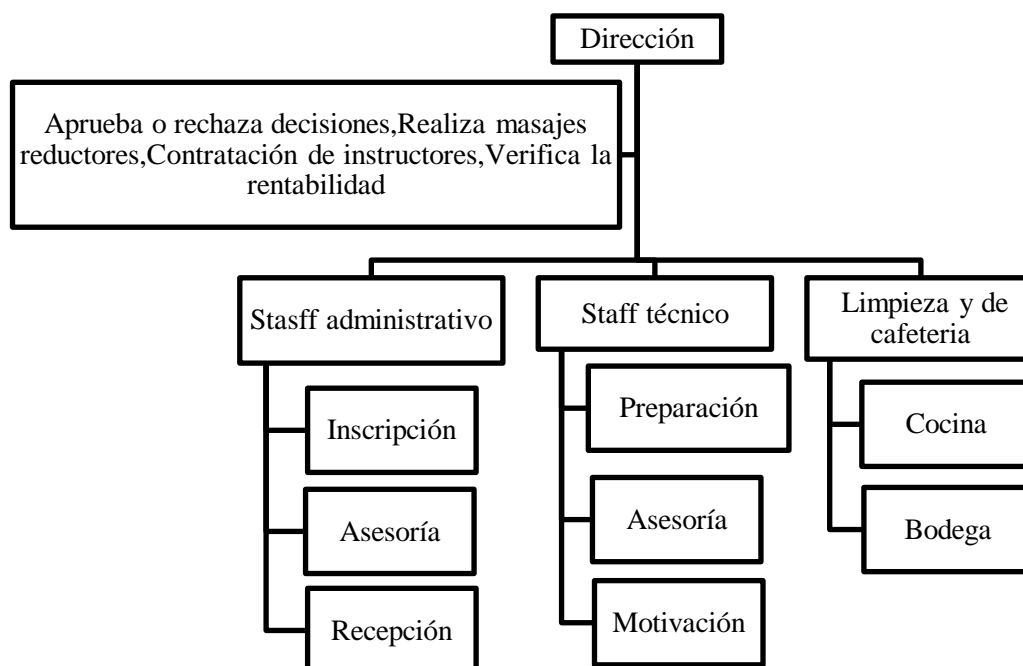
Gráfico 5.2 Gráfico del organigrama estructural del gimnasio



Elaborado por: Monserrath Lucero
Fuente: Propia

Organigrama Funcional

Gráfico 5.3 Gráfico del organigrama funcional



Elaborado por: Monserrath Lucero
Fuente: Propia

Objetivos

General:

- Determinar la oferta y demanda del servicio de gimnasio en la parroquia Izamba del cantón Ambato, para conocer los competidores y potenciales clientes del negocio

Específicos:

- Calcular la función de la oferta y de la demanda, para conocer la demanda insatisfecha del servicio de gimnasio.
- Determinar el punto de equilibrio, para conocer el precio promedio actual del servicio en el mercado.

- Comprobar la aceptación del servicio, para identificar el target del mercado.

Definición del producto:

La cultura del deporte es muy importante para el desarrollo integral de la persona, es por esto que hoy en día el ejercicio ayuda a sentirse bien física y mentalmente, por ello crear un servicio que brinde calidad y el profesionalismo de un gimnasio en un sector de alto crecimiento favorece positivamente a la vida cotidiana de sus clientes.

El servicio que se oferta cumple con las necesidades requeridas por los habitantes con máquinas ergonómicas, instructores con certificaciones internacionales, servicio de seguimiento nutricional, ejercicios funcionales en espacios adecuados y accesorios deportivos específicos para brindar una experiencia única al cliente. Se ofertarán clases de TRX, Samurái, Pilates, Yoga, Rumba, Step, KangooJumps, Crossfit marcial, Spinning, Funcional Kropp 3D, el horario de atención del gimnasio será desde las 06:00 horas hasta las 11:00horas y en horario vespertino desde las 17:00 horas hasta las 21:30 horas. En el horario entre semana se darán clases especiales de 06:00 horas a 7:00 horas y de 7:00 horas a 8:00 horas de lunes a viernes y en la noche los horarios de clases especiales serán de 18:00 horas a 19:00 horas, de 19:00 horas a 20:00 horas y de 20:00 horas a 21:00 horas de lunes a viernes, los fines de semana se abrirá en la mañana de 8:00 horas a 10:00 horas con clase máster grupal con instructores seleccionados.

Se pondrá a disposición el servicio de cafetería ofreciendo a los clientes, batidos con proteínas seleccionadas y bebidas nutritivas, además se brindará masajes reductores previa cita.

Segmentación de Mercado

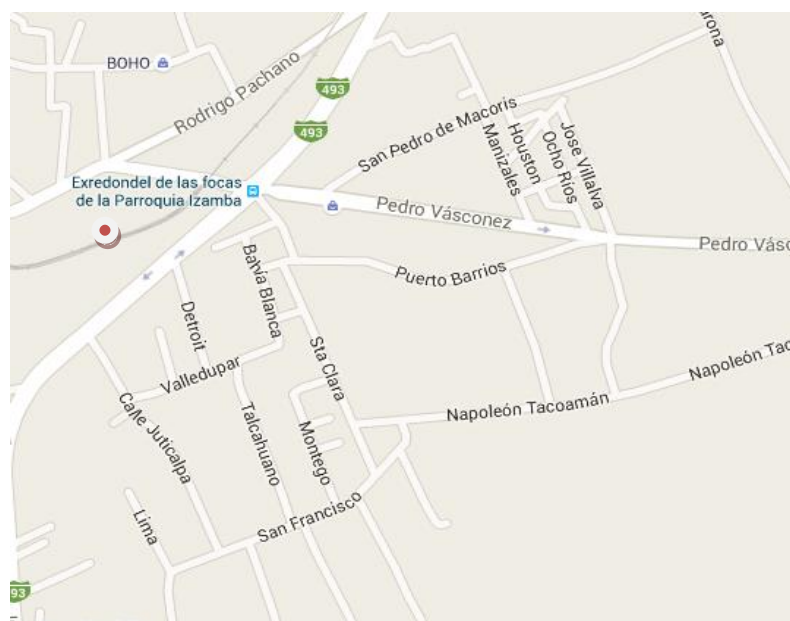
Segmentación Geográfica

Sector: Parroquia Izamba

Perímetro:

- Norte: Av. Indoamérica
- Sur: Av. Indoamérica
- Este: Calle Juticalpa
- Oeste: Tenería San José

Gráfico 5.4 Segmentación geográfica



Elaborado por: Monserrath Lucero
Fuente: Google Maps.

Segmentación Demográfica

- Género: Masculino y Femenino.
- Edad: Entre los 15 a los 45 años

- Sector: Urbano

Segmentación Socio Económico

Personas de nivel económico medio y alto

Fuentes de Información

▪ Primaria

Las encuestas realizadas a los habitantes de la parroquia Izamba, suministra información directa para el proyecto de investigación. (Anexo 2)

▪ Secundaria

Diferentes fuentes, como publicaciones, páginas web, y otras fuentes necesarias para la realización de este proyecto de investigación.

Cálculo de la Demanda Insatisfecha

Por medio de una investigación de precio de la mensualidad actual de competencia del negocio, análisis de la capacidad instalada y la capacidad vendida, se estima la oferta y demanda actual del servicio en la ciudad de Ambato, base que sirve para el cálculo del precio promedio y la demanda insatisfecha o potenciales clientes del negocio.

Los datos de la tabla fueron ordenados para el correcto cálculo en relación a la ley de oferta y demanda, se aplica la fórmula de la ecuación de la recta para el cálculo respectivo.

Tabla 5.1Procesamiento de datos investigación de campo.

Establecimientos	Precio actual de mensualidad en dólares (x)	Capacidad instalada de personas (y) oferta	Capacidad Vendida de personas (y') demanda	Xy	x ²	xy'
Live Life	35	50	240	1750	1225	8400
Total Gym	35	60	90	2100	1225	3150
Extreme Gym	35	100	80	3500	1225	2800
Lomax	40	100	80	4000	1600	3200
Skainos	40	100	80	4000	1600	3200
Crossfit Ambato	40	100	70	4000	1600	2800
Secoya	40	120	70	4800	1600	2800
Avalon	40	130	50	5200	1600	2000
Keops	40	180	35	7200	1600	1400
Oxigeno	50	300	20	15000	2500	1000
Totales:	395	1240	815	51550	15775	30750

Elaborado por: Monserrath Lucero
Fuente: Encuesta

Precio Promedio

Se calcula el precio promedio a partir de la ecuación de la recta y el método de mínimos cuadrados, ayudando a solucionar la ecuación de la demanda y de la oferta, que al ser igualadas, darán como resultado el precio promedio.

Fórmulas:

$$y = a + bx$$

$$a = \frac{\Sigma y - b \Sigma x}{n} \quad b = \frac{n \Sigma xy - \Sigma x \cdot \Sigma y}{n \cdot \Sigma x^2 - (\Sigma x)^2}$$

Dónde:

a= Intercepto del eje y, ordenada en el origen, término independiente

b=Pendiente

Los datos obtenidos están en la tabla 26 y se aplicó la ecuación de la recta:

Tabla 5.2 Cálculo precio promedio

$b = \frac{25700}{1725}$	$y = -.464,93 + 14,90x$	Demanda
$b = 14,90$	$y1 = .411,81 - 8,36x$	Oferta
$a = \frac{-4644,93}{10}$	Precio Promedio	
$a = -464,49$	$y =$	$y1$
$b1 = \frac{-14425}{1725}$	$-.464,93 + 14,90x$	$.411,81 - 8,36x$
$b1 = -8,36$	23,26x	876,74
$a1 = \frac{4118,115942}{10}$	$x =$	37,69
$a1 = 411,81$	Cientes Potenciales	
	$y =$	$y1$
	97	97

Elaborado por: Monserrath Lucero,
Fuente: propia

Con el dato de los clientes potenciales y el resultado de la pregunta 5 de la encuesta, se puede calcular la verdadera demanda insatisfecha en base a la aceptación del público por el servicio de gimnasio a ofrecer.

Tabla 5.3 Aceptación del servicio, pregunta 5

5. ¿Considera usted necesario la apertura de un gimnasio en este sector?		
Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Si	298	84%
No	14	4%
Tal vez	44	12%
Total		356
		100%

Aceptación:
96%

Elaborado por: Monserrath Lucero
Fuente: Investigación de campo

Tabla 5.4 Cálculo demanda Insatisfecha

Cálculo Demanda Insatisfecha		
$Qd = -464,93 + 14,90x$	Oferta	96,70
$Qd = 1,96 * (-464,93 + 14,90 * (37,69))$	Demanda	189,44
$Qd = 189,44$	Demanda Insatisfecha	-92,74

Elaborado por: Monserrath Lucero
Fuente: Investigación de campo

La aceptación del público encuestado, se utiliza en la ecuación de la demanda para calcular la demanda insatisfecha. En la parroquia Izamba existen 92 clientes que no están siendo atendidos por los establecimientos de la ciudad.

Proyección de la Oferta y Demanda futura

Para la proyección de la oferta, se ocupan datos históricos de la tasa de crecimiento de los últimos censos de la parroquia Izamba, debido principalmente a esta tiene relación directa con el crecimiento del sector urbano en la zona, por lo cual se dio el problema de investigación.

Tabla 5.5 Tasas de Crecimiento de la parroquia Izamba

Tasas de crecimiento de la Parroquia Izamba		
Años	Porcentaje	Promedio
1990- 2001	2,71%	2,85%
2001-2010	2,99%	
Porcentaje		1,0285

Elaborado por: Monserrath Lucero,

Fuente: (Instituto Nacional de Estadística y Censos, 2010)

Del mismo modo, para la proyección de la demanda futura se calcula mediante datos históricos de la tasa de inflación promedio de la ciudad de Ambato en los últimos 5 años, se toma en cuenta este factor macroeconómico ya que afecta al sueldo básico y puede aumentar o disminuir el poder adquisitivo de las personas.

Tabla 5.6 Tasas de Inflación último 5 años Ambato

Tasas de inflación acumuladas ciudad de Ambato		
Años	Porcentaje	Promedio
2010	4,83	4,58
2011	6,42	
2012	5,1	
2013	1,98	
2014	4,57	
Porcentaje		1,0458

Elaborado por: Monserrath Lucero

Fuente: (INEC Instituto nacional de estadística y censos)

Se aplica en la siguiente tabla la proyección de la oferta y demanda futura:

Tabla 5.7 Proyección oferta y demanda.

Proyección de la Oferta y Demanda Futura (#Clientes)						
	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Oferta	97	100	103	106	109	112
Demanda	189	198	207	216	226	236

Elaborado por: Monserrath Lucero

Fuente: Propia

Precios:

Elasticidad

Para establecer la elasticidad del servicio, se toma en cuenta la ecuación de la demanda, el precio promedio y los clientes potenciales, calculados anteriormente en las tablas, y se aplica la fórmula siguiente:

Fórmula:

$$E = [f_x * (P \div Q)]$$

Donde:

E= elasticidad,

[f_x= función, ecuación de la demanda

P= precio promedio

Q= cliente potenciales

Aplicación: $E = [f_x * (P \div Q)]$

$$E = [(14,90x - 464,93) * (\text{Precio promedio} \div \text{Clientes potenciales})]$$

$$E = [(14,90x - 464,93) * (37,69 \div 97)]$$

$$E = \{14,90(1) - 0\} * (37,69 \div 97)$$

$$E = \mathbf{5,67}$$

> 1 ≈ Producto Elástico

<1 ≈ Producto Inelástico

Al ser el resultado 5,67, el cual es mayor a uno, se puede interpretar el servicio de gimnasio como un producto elástico. Esto quiere decir que el servicio de gimnasio varía dependiendo de la oferta y demanda de mercado, por esta razón el incremento de precio del servicio de gimnasio debe ser planificado estratégicamente y no aumentar radicalmente su valor ya que podría disminuir los clientes del negocio.

Precio de Introducción

Los precios de introducción del servicio de gimnasio y los productos que se van a ofertar en el negocio, se determinan mediante el precio promedio, los precios de competencia, y una pregunta relacionada de la encuesta realizada a los habitantes de la parroquia Izamba de la ciudad de Ambato.

Tabla 5.8 Precios competencia.

Principales competidores	
Establecimientos	Precio de la mensualidad
Avalon	40
Keops	40
Lomax	40
Oxigeno	50
Secoya	40
Crossfit Ambato	40
Skainos	35
Live Life	35
Total Gym	35
Extreme Gym	40

Elaborado por: Monserrath Lucero

Fuente: Propia

Tabla 5.9 Pregunta 10 de la encuesta

10. ¿Qué valor mensual estaría dispuesto a pagar por el servicio de un gimnasio?		
Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
De 30\$ a 35\$	99	28%
De 36\$ a 40\$	250	70%
De 41\$ a 50\$	7	2%
Total	356	100%

Elaborado por: Monserrath Lucero

Fuente: Propia

El precio promedio del servicio de gimnasio en la ciudad de Ambato es de **37,69**; teniendo en cuenta los resultados de las encuestas realizadas con la pregunta número 10

Tabla 5.10 Precios de introducción

Precios de los productos del gimnasio	
Producto y Servicios	Precio
Mensualidad.	\$ 35,00
Batidos y Jugos	\$ 2,50
Diario	\$ 3,00
Masajes reductores	\$ 15,00

Elaborado por: Monserrath Lucero

Fuente: Propia

Los precios que se presentan en la tabla 35 son precios de introducción debido a que el negocio es nuevo, debe tener una estrategia de precios llamativa; se toman en cuenta otros ingresos además del mensual ya que son parte importante de los ingresos de un gimnasio, todos los valores son establecidos por debajo del precio promedio de mercado. Se toma en cuenta estos valores ya que está entrando a un mercado altamente competitivo, además se investigó un precio de mensualidad accesible para un segmento socioeconómico medio - alto, teniendo en cuenta a los

habitantes de la parroquia Izamba para posicionar a la marca y al servicio en la mente del consumidor.

Por otro lado, para establecer el precio de los productos como masajes reductores y batidos, se considera el precio de la competencia del mercado que ofrecen similares productos y se busca un precio de introducción por debajo de este rango para tener una buena estrategia de precios para ganar nuevos clientes.

Comercialización

El servicio de gimnasio ofrece instalaciones y áreas adecuadas, estará ubicado en la parroquia Izamba, sector norte de la ciudad de Ambato.

El horario de atención será:

Tabla 5.11 Horarios de atención del gimnasio.

Atención al Cliente	
Días	Horario de Atención
Lunes a Viernes	06:00 a 10:00 17:00 a 21:30
Sábado	08:00 a 11:00

Elaborado por: Monserrath Lucero

Fuente: Propia

El horario de atención se define en base a las necesidades de los clientes; también se toma en cuenta los horarios de trabajo en entidades públicas y privadas

Estrategias de Marketing

- Posicionar a la empresa en el mercado a través de un servicio de alta calidad y vanguardia en tendencias deportivas.
- Establecer alianza estratégica con un nutricionista renombrado en la ciudad de Ambato, ofreciendo cupones de descuentos especiales para los clientes del gimnasio.

- Definir días promocionales por fechas festivas o importantes para motivar la asistencia de los clientes.
- Crear una promoción exclusiva para los clientes que sean estables del gimnasio
- Crear una promoción exclusiva para los estudiantes de los colegios cercanos del gimnasio.

Distribución

Debido a que el gimnasio vende un servicio, la distribución es directa con el cliente ya que asisten a las instalaciones. Se pretende dar la opción de un entrenamiento personalizado para los clientes y en el futuro distribuir dietas expres a los clientes del gimnasio para brindar un servicio integral.

Promoción

Las promociones se distribuirán todo el año en fechas festivas e incentivos a los clientes regulares del negocio, se realizarán a través de las principales herramientas virtuales que la tecnología proporciona como son Facebook, Instagram y Twitter, las cuales permiten interactuar con el cliente a través de mensajes y concursos de forma directa con el consumidor del servicio.

Además se utilizará un medio de comunicación asequible y de gran impacto, como es la radio, siendo una de las estrategias de publicidad agresivas para posicionar el servicio de gimnasio en la ciudad de Ambato. Se pondrá en circulación la propaganda en la emisora Estéreo Fiesta 94.5 FM, debido a que esta emisora tiene buen rating en la parroquia Izamba.

Por otro lado, se utiliza cupones de inscripciones publicados en el Heraldo para incentivar la asistencia de los consumidores y posicionar a la empresa en el mercado.

5.6.2. Estudio Técnico

Localización

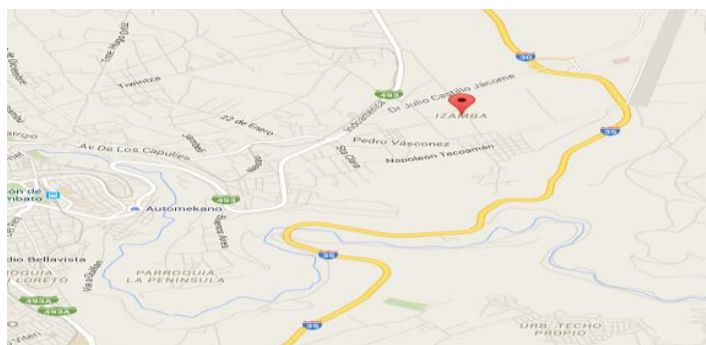
Macrolocalización

El proyecto de investigación se localizará en la provincia de Tungurahua, parroquia Izamba, norte de la ciudad de Ambato. La ubicación seleccionada es principalmente debido a que la propiedad es propia y se encuentra en la avenida principal, tiene una buena visibilidad, además cuenta con un espacio amplio para crear ambientes adecuados para el gimnasio y estacionamientos para clientes. La falta de un gimnasio en el sector que sea competitivo con los gimnasios de la ciudad de Ambato ha sido básicamente el problema que dio lugar a este proyecto de inversión.

Se establece la macrolocalización:

- País: Ecuador
- Ciudad: Ambato
- Parroquia: Izamba
- Sector: Norte
- Zona: Urbana

Gráfico 5.5 Macrolocalización

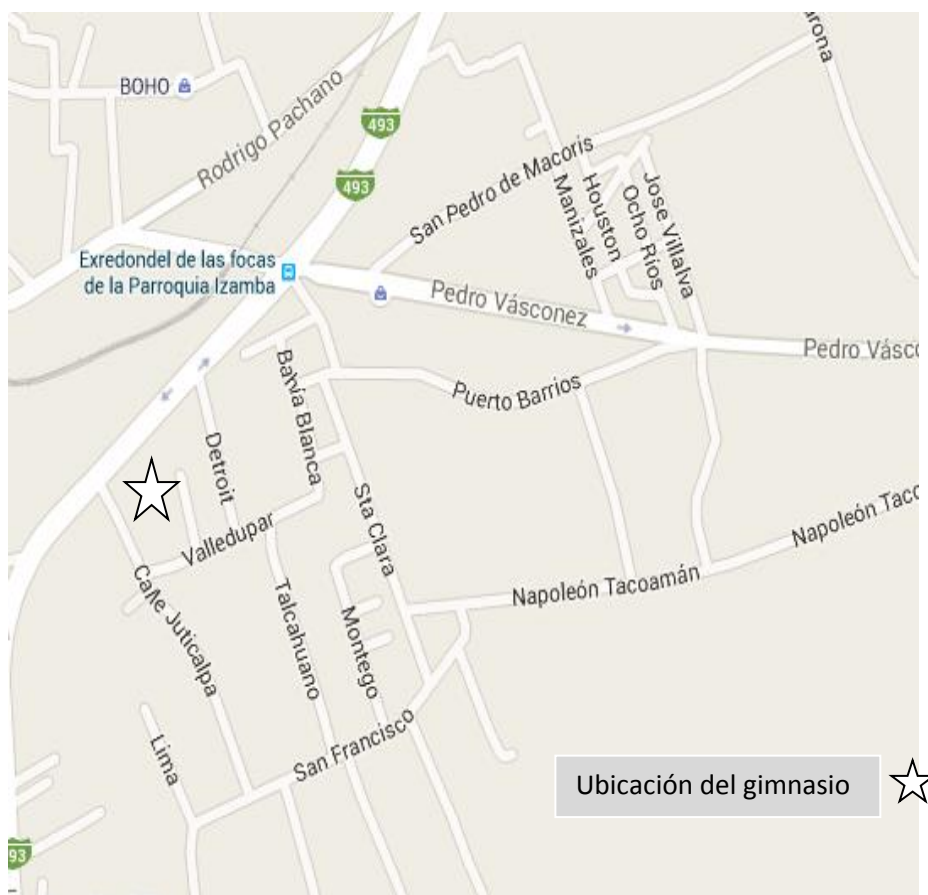


Elaborado por: Monserrath Lucero
Fuente: Google maps

Microlocalización:

Se identifica la necesidad de ubicar el proyecto de inversión en la parroquia Izamba, donde existe un crecimiento poblacional progresivo y por ende da origen a oportunidades de negocios, el proyecto necesita servicios básicos disponibles, una alta afluencia de personas y espacios necesarios para adecuar al gimnasio.

Gráfico 5.6Microlocalización



Elaborado por: Monserrath Lucero
Fuente: Google maps

El gimnasio estará ubicado en la intersección Avenida Indoamerica kilometro 3 ½ y calle Juticalpa. Gimnasio que va adecuado dependiendo a las necesidades requeridas.

Flujogramas de Procesos

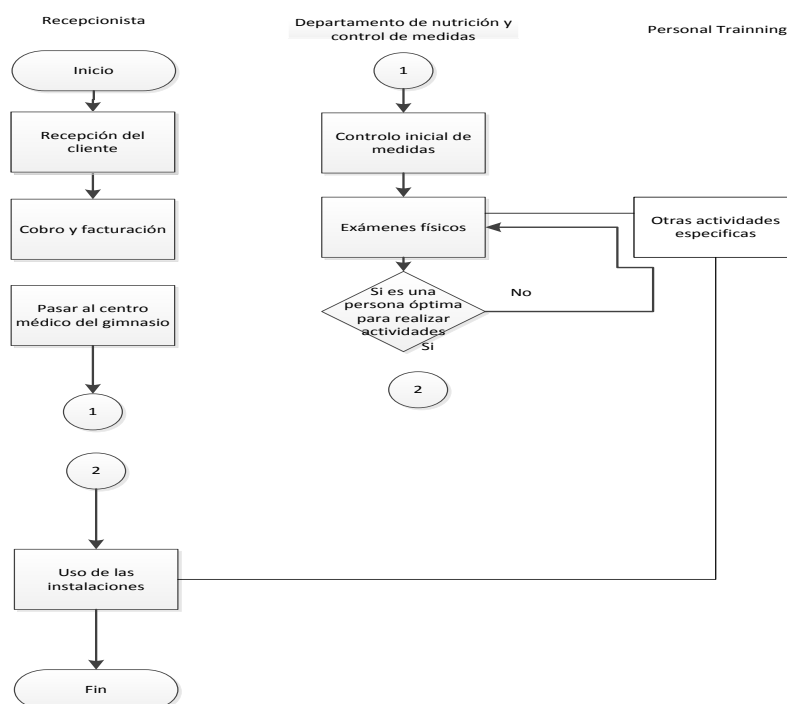
Actividades

Las siguientes actividades son principales para el funcionamiento del gimnasio:

- Recepción e Inscripción del cliente
- Preparación de batidos en la cafetería
- Masajes Reductores

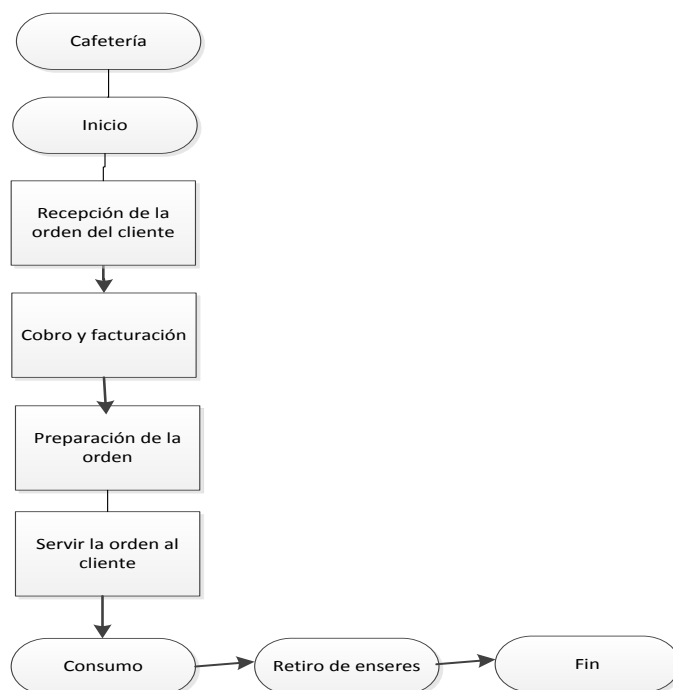
Estas actividades las realizan diferentes personas del talento humano del gimnasio, los cuales son: el Gerente-Propietario encargado de los masajes reductores, la secretaria es la encargada de la inscripción del cliente y el auxiliar de limpieza y cafetería está encargado de la realización de batidos en la cafetería. El Gerente-Propietario verifica las actividades de los empleados y sugerencia de los clientes mensualmente.

Gráfico 5.7 Flujograma recepción e inscripción de cliente



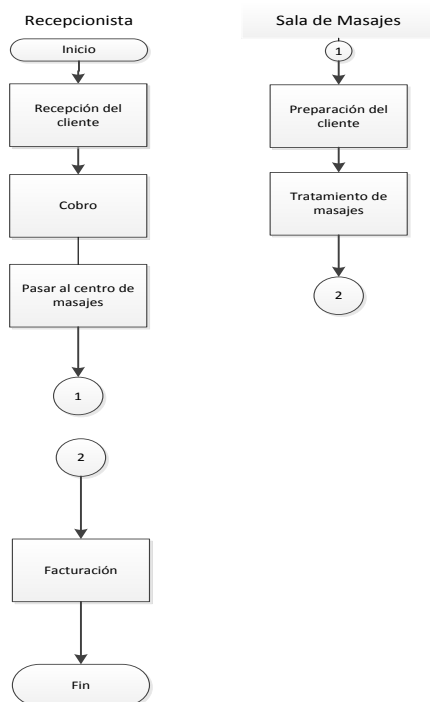
Elaborado por: Monserrath Lucero
Fuente: Propia

Gráfico 5.8Flujograma preparación de batidos en la cafetería



Elaborado por: Monserrath Lucero
Fuente:Propia

Gráfico 5.9Flujograma masajes reductores



Elaborado por: Monserrath Lucero
Fuente:Propia

Actividades y tiempos

Las actividades deportivas del gimnasio seán las siguientes:

Tabla 5.13 Tiempo maximo de actividades deportivas

No. Actividad	Actividad	Tiempo(minutos)
1	Rumba	60 min
2	Samurái/Crossfit marcial	60 min
3	KangooJumps	60 min
4	TRX	60 min
5	Step	60min
6	Pilates	60 min
7	Yoga	60 min
8	Training	90 min
Tiempo total		450 min

Elaborado por: Monserrath Lucero

Fuente: Propia

Cabe destacar que cada instructor tiene 10 minutos para preparar su clase, este tiempo es considerado también para los atrasos de los instructores, la disponibilidad de las máquinas es a tiempo completo.

• Infraestructura

La infraestructura del gimnasio está conformada por dos áreas principales, la sala de aeróbicos y la de máquinas, además tendrá las oficinas respectivas para la recepción e inscripción de clientes y el servicio de masajes reductores. Todos los espacios están adaptados y establecidos para brindar altos niveles de calidad y comodidad.

Tabla 5.14 Equipamiento del gimnasio en sus diferentes áreas

Equipos que se van a utilizar	Unidad	Valor Unitario	Valores totales
Caja y recepción			
Computadora	1	\$1200	\$1200
Modular	2	\$500	\$1000
Sala de máquinas			
Bicicleta estática Elíptica	3	\$259	\$777
Trotadora – Caminadora	2	\$900	\$1800
Banco de 90 grados militar	1	\$180	\$180
Inclinados	2	\$378	\$756
Declinados	1	\$478	\$478
Horizontales	2	\$378	\$756
Polea multifuncional	1	\$2800	\$2800
Juego de mancuernas y pesas	1	\$1800	\$1800
Torre de sentadillas	1	\$600	\$600
Torre de poder	1	\$750	\$750
Remadoras	2	\$246	\$492
Barra de poder abdominales	2	\$180	\$360
Bicicletas estáticas	10	\$324	\$3240
Híper-extensores	4	\$243	\$972
Prensas de piernas	3	\$1500	\$4500
Mariposa	3	\$103	\$309
Polea brazos	3	\$120	\$360
Máquina de abdominales	3	\$160	\$480
Implementos deportivos	varios		\$2000
Baños y Regaderas			
Juego de baño	2	\$70	\$140
Sala de aeróbicos			
Piso Flotante	Todo el área	12\$ el m2	\$3600
Área de Calderas			
Calentadores	1	\$500	\$500
Cafetería			
Mesa 1x1 y 4 sillas	2	\$280	\$560
Licuada	1	\$60	\$60
Tostadora	1	\$40	\$40
Cocineta	1	\$150	\$150
Juego de cuchillos y cucharas	1	\$35	\$35
Sistemas			
Sistema de audio integral	1		\$5300
Total para el equipamiento del gimnasio			\$35995

Elaborado por: Monserrath Lucero
Fuente: Propia

Espacio

El espacio a ocupar sera en un terreno de 1160 m², distribuidos en oficinas, cafeteria, sala de masajes, sala de maquinas con un espacio de 170 m², el espacio que será adaptado el gimnasio es de 280 m². El espacio ocupado por el gimnasio estará ubicado en la Av. Indoamerica y Calle Juticalpa , dirección sur al ex redondel de la parroquia Izamba, en el siguiente terreno:

Gráfico 5.10 Gimnasio Punto de fuga



Elaborado por: Monserrath Lucero;
Fuente: Propia

Gráfico 5.11 Distribución de Planta



Elaborado por: Monserrath Lucero
Fuente: Propia

El gimnasio abastecerá la demanda proyectada, estará distribuido de manera que los empleados trabajen eficientemente y brinden un buen servicio a los clientes

5.6.3. Estudio Financiero

Inversión Inicial

Se conforma la inversión inicial del negocio tomando en cuenta los costos totales de la infraestructura (Tabla 5.14 Equipamiento del gimnasio en sus diferentes áreas):

Tabla 5.15 Inversión inicial

Inversión Inicial	
Descripción	Total
Equipamiento de las diferentes áreas del gimnasio	\$ 35.995,00
Construcción, estructura metálica (200 dólares el metro de construcción 280m ²)	\$ 56.000,00
Total	\$ 91.995,00

Elaborado por: Monserrath Lucero
Fuente: Propia

Capital de trabajo

Para el funcionamiento del gimnasio se necesita un capital de trabajo que este integrado por los costos y gastos totales del primer año de actividad del negocio.

Tabla 5.16 Capital de trabajo

Capital de trabajo	
Descripción	Total Anual
Mano de obra	\$ 41.883,50
Insumos	\$ 5.577,00
Servicios Básicos	\$ 1.860,00
Otros gastos	\$ 1.800,00
Total	\$ 51.120,50

Elaborado por: Monserrath Lucero
Fuente: Propia

Mano de obra

La mano de obra del gimnasio está integrada por seis personas, en los siguientes puestos de trabajo:

Tabla 5.17 Mano de obra

ROL DE PAGOS							
Provisiones							
Cargo	Sueldo	Aporte Patronal 12.15%	XIII	XIV	Fondo de Reserva 8.33%	Vacaciones	Total Ingresos Año 1
Gerente Propietario	\$ 980,00	\$ 119,07	\$ 81,67	\$ 29,50	\$ 81,63	\$ 40,83	\$ 1.210,24
Secretaria	\$ 354,00	\$ 43,01	\$ 29,50	\$ 29,50	\$ 29,49	\$ 14,75	\$ 456,01
Instructor 1	\$ 354,00	\$ 43,01	\$ 29,50	\$ 29,50	\$ 29,49	\$ 14,75	\$ 456,01
Instructor 2	\$ 354,00	\$ 43,01	\$ 29,50	\$ 29,50	\$ 29,49	\$ 14,75	\$ 456,01
Instructor 3	\$ 354,00	\$ 43,01	\$ 29,50	\$ 29,50	\$ 29,49	\$ 14,75	\$ 456,01
Operario de limpieza	\$ 354,00	\$ 43,01	\$ 29,50	\$ 29,50	\$ 29,49	\$ 14,75	\$ 456,01
						Total Mensual	\$ 3.490,29
						Total Anual	\$ 41.883,50

Elaborado por: Monserrath Lucero

Fuente: Propia

Insumos

Los insumos necesarios para el primer año se tomaron en cuenta de la siguiente

manera:

Tabla 5.18 Insumos

Materia Prima					
Descripción	Unidades		Costo unitario	Costo mensual	Año 1
Insumos de limpieza					
Papel higiénico	Paquete	2	\$ 20,00	\$ 40,00	\$ 480,00
Toallitas	Paquete	4	\$ 30,00	\$ 120,00	\$ 1.440,00
Gel	Litros	1	\$ 14,00	\$ 14,00	\$ 168,00
Jabón de Manos	Litros	1	\$ 10,00	\$ 10,00	\$ 120,00
Cloro	Litros	1	\$ 15,00	\$ 15,00	\$ 180,00
Detergente	Litros	1	\$ 13,00	\$ 13,00	\$ 156,00
Desinfectante	Kilo	1	\$ 15,00	\$ 15,00	\$ 180,00
Alcohol	Litros	2	\$ 23,00	\$ 46,00	\$ 552,00
Insumos de oficina					
Resma de hojas	Paquete	1	\$ 3,30	\$ 3,30	39,6
Esferos y Marcadores	Paquete	1	\$ 2,45	\$ 2,45	\$ 29,40
Insumos de la cafetería					
Proteína	Tarro	1	\$ 80,00	\$ 80,00	\$ 960,00
Frutas	-	4	\$ 20,00	\$ 80,00	\$ 960,00
Servilletas	Paquete	2	\$ 3,00	\$ 6,00	\$ 72,00
Insumos de masajes					
Aceites reductores	Litros	1	\$ 20,00	\$ 20,00	\$ 240,00
Totales				\$ 464,75	\$ 5.577,00

Elaborado por: Monserrath Lucero
Fuente: Propia

Servicios Básicos

Se utilizarán los siguientes servicios básicos:

Tabla 5.19 Servicios basicos

Servicio Básicos			
Descripción	Unidades	Mensual	Año 1
Agua	Kw/h	\$ 45,00	\$ 540,00
Energía Eléctrica	m3	\$ 40,00	\$ 480,00
Cable e Internet	Kgbs	\$ 40,00	\$ 480,00
Teléfono	Min	\$ 30,00	\$ 360,00
Total		\$ 155,00	\$ 1.860,00

Elaborado por: Monserrath Lucero
Fuente: Propia

Otros Gastos

Se constituyen en:

Tabla 5.20Otros gastos

Otros Gastos		
Detalle	Mensual	Anual
Gastos de funcionamiento	\$ 1.800,00	\$ 1.800,00
Total	\$ 1.800,00	\$ 1.800,00

Elaborado por: Monserrath Lucero
Fuente: Propia

Requerimiento Financiero

Está establecido por el valor total de la inversión inicial más el capital de trabajo preciso para cubrir el primer año de funcionamiento del negocio.

Tabla 5.21Requerimiento Financiero

Requerimiento Financiero	
Descripción	Total
Inversión Inicial	\$ 91.995,00
Capital de Trabajo	\$ 51.120,50
Total	\$ 143.115,50

Elaborado por: Monserrath Lucero
Fuente: Propia

Financiamiento

Para el funcionamiento del gimnasio en el primer año la inversión total será de \$143.115,50 donde el 60% es capital propio y el 40% restante será financiado por medio de un crédito bancario que se realizará en la Corporación Financiera Nacional, debido a que trabaja con tasas de interés menores con relación a otras entidades financieras privadas.

Tabla 5.22Financiamiento

Financiamiento	
Descripción	Total
Inversionista1	\$ 85.869,30
Inversionistas 2 Crédito Bancario CFN	\$ 57.246,20
Total	\$ 143.115,50

Elaborado por: Monserrath Lucero

Fuente: Propia

Tabla de Amortización

El crédito bancario a realizar será por un monto de \$ 57.246,20 a 5 años, con una tasa de interés anual del 11,0900% vigente al mes de diciembre del 2015 y una tasa efectiva del 11,67 para los créditos comerciales pymes(Corporación Financiera Nacional, 2015).

Tabla 5.23 Tabla de Amortización

TABLA DE AMORTIZACIÓN					
	BENEFICIARIO				
	INSTIT. FINANCIERA				
	MONTO	\$ 57.246,20			
	TASA	11,09%		T. EFECTIVA	11,67%
	PLAZO	5 Años			
	GRACIA	0 Años			
	FECHA DE INICIO	21/12/2015			
	MONEDA	DÓLARES			
	AMORTIZACIÓN CADA	30 Días			
	Número de períodos	60 para amortizar capital			
No .	VENCIMIENTO	SALDO	INTERÉS	PRINCIPAL	DIVIDENDO
0		\$ 57.246,20			
1	20-ene-2016	\$ 56.292,10	\$ 529,05	\$ 954,10	\$ 1.483,15
2	19-feb-2016	\$ 55.337,99	\$ 520,23	\$ 954,10	\$ 1.474,34
3	20-mar-2016	\$ 54.383,89	\$ 511,42	\$ 954,10	\$ 1.465,52
4	19-abr-2016	\$ 53.429,79	\$ 502,60	\$ 954,10	\$ 1.456,70
5	19-may-2016	\$ 52.475,68	\$ 493,78	\$ 954,10	\$ 1.447,88
6	18-jun-2016	\$ 51.521,58	\$ 484,96	\$ 954,10	\$ 1.439,07
7	18-jul-2016	\$ 50.567,48	\$ 476,15	\$ 954,10	\$ 1.430,25
8	17-ago-2016	\$ 49.613,37	\$ 467,33	\$ 954,10	\$ 1.421,43
9	16-sep-2016	\$ 48.659,27	\$ 458,51	\$ 954,10	\$ 1.412,61
10	16-oct-2016	\$ 47.705,17	\$ 449,69	\$ 954,10	\$ 1.403,80
11	15-nov-2016	\$ 46.751,06	\$ 440,88	\$ 954,10	\$ 1.394,98
12	15-dic-2016	\$ 45.796,96	\$ 432,06	\$ 954,10	\$ 1.386,16
13	14-ene-2017	\$ 44.842,86	\$ 423,24	\$ 954,10	\$ 1.377,34
14	13-feb-2017	\$ 43.888,75	\$ 414,42	\$ 954,10	\$ 1.368,53
15	15-mar-2017	\$ 42.934,65	\$ 405,61	\$ 954,10	\$ 1.359,71
16	14-abr-2017	\$ 41.980,55	\$ 396,79	\$ 954,10	\$ 1.350,89
17	14-may-2017	\$ 41.026,44	\$ 387,97	\$ 954,10	\$ 1.342,07
18	13-jun-2017	\$ 40.072,34	\$ 379,15	\$ 954,10	\$ 1.333,26
19	13-jul-2017	\$ 39.118,24	\$ 370,34	\$ 954,10	\$ 1.324,44
20	12-ago-2017	\$ 38.164,13	\$ 361,52	\$ 954,10	\$ 1.315,62
21	11-sep-2017	\$ 37.210,03	\$ 352,70	\$ 954,10	\$ 1.306,80
22	11-oct-2017	\$ 36.255,93	\$ 343,88	\$ 954,10	\$ 1.297,99
23	10-nov-2017	\$ 35.301,82	\$ 335,07	\$ 954,10	\$ 1.289,17
24	10-dic-2017	\$ 34.347,72	\$ 326,25	\$ 954,10	\$ 1.280,35
25	09-ene-2018	\$ 33.393,62	\$ 317,43	\$ 954,10	\$ 1.271,53
26	08-feb-2018	\$ 32.439,51	\$ 308,61	\$ 954,10	\$ 1.262,72
27	10-mar-2018	\$ 31.485,41	\$ 299,80	\$ 954,10	\$ 1.253,90

28	09-abr-2018	\$ 30.531,31	\$ 290,98	\$ 954,10	\$ 1.245,08
29	09-may-2018	\$ 29.577,20	\$ 282,16	\$ 954,10	\$ 1.236,26
30	08-jun-2018	\$ 28.623,10	\$ 273,34	\$ 954,10	\$ 1.227,45
31	08-jul-2018	\$ 27.669,00	\$ 264,53	\$ 954,10	\$ 1.218,63
32	07-ago-2018	\$ 26.714,89	\$ 255,71	\$ 954,10	\$ 1.209,81
33	06-sep-2018	\$ 25.760,79	\$ 246,89	\$ 954,10	\$ 1.200,99
34	06-oct-2018	\$ 24.806,69	\$ 238,07	\$ 954,10	\$ 1.192,18
35	05-nov-2018	\$ 23.852,58	\$ 229,26	\$ 954,10	\$ 1.183,36
36	05-dic-2018	\$ 22.898,48	\$ 220,44	\$ 954,10	\$ 1.174,54
37	04-ene-2019	\$ 21.944,38	\$ 211,62	\$ 954,10	\$ 1.165,72
38	03-feb-2019	\$ 20.990,27	\$ 202,80	\$ 954,10	\$ 1.156,91
39	05-mar-2019	\$ 20.036,17	\$ 193,99	\$ 954,10	\$ 1.148,09
40	04-abr-2019	\$ 19.082,07	\$ 185,17	\$ 954,10	\$ 1.139,27
41	04-may-2019	\$ 18.127,96	\$ 176,35	\$ 954,10	\$ 1.130,45
42	03-jun-2019	\$ 17.173,86	\$ 167,53	\$ 954,10	\$ 1.121,64
43	03-jul-2019	\$ 16.219,76	\$ 158,72	\$ 954,10	\$ 1.112,82
44	02-ago-2019	\$ 15.265,65	\$ 149,90	\$ 954,10	\$ 1.104,00
45	01-sep-2019	\$ 14.311,55	\$ 141,08	\$ 954,10	\$ 1.095,18
46	01-oct-2019	\$ 13.357,45	\$ 132,26	\$ 954,10	\$ 1.086,37
47	31-oct-2019	\$ 12.403,34	\$ 123,45	\$ 954,10	\$ 1.077,55
48	30-nov-2019	\$ 11.449,24	\$ 114,63	\$ 954,10	\$ 1.068,73
49	30-dic-2019	\$ 10.495,14	\$ 105,81	\$ 954,10	\$ 1.059,91
50	29-ene-2020	\$ 9.541,03	\$ 96,99	\$ 954,10	\$ 1.051,10
51	28-feb-2020	\$ 8.586,93	\$ 88,18	\$ 954,10	\$ 1.042,28
52	29-mar-2020	\$ 7.632,83	\$ 79,36	\$ 954,10	\$ 1.033,46
53	28-abr-2020	\$ 6.678,72	\$ 70,54	\$ 954,10	\$ 1.024,64
54	28-may-2020	\$ 5.724,62	\$ 61,72	\$ 954,10	\$ 1.015,83
55	27-jun-2020	\$ 4.770,52	\$ 52,91	\$ 954,10	\$ 1.007,01
56	27-jul-2020	\$ 3.816,41	\$ 44,09	\$ 954,10	\$ 998,19
57	26-ago-2020	\$ 2.862,31	\$ 35,27	\$ 954,10	\$ 989,37
58	25-sep-2020	\$ 1.908,21	\$ 26,45	\$ 954,10	\$ 980,56
59	25-oct-2020	\$ 954,10	\$ 17,64	\$ 954,10	\$ 971,74
60	24-nov-2020	\$ 0,00	\$ 8,82	\$ 954,10	\$ 962,92
Total			\$ 30.078,75	\$ 57.246,20	\$ 73.382,23

Elaborado por: Monserrath Lucero
Fuente: CFN, adaptado por el autor

5.6.4. Evaluación Económica

Ingresos

Para proyectar los ingresos y el incremento de precios de los productos y servicios a ofertar en el gimnasio, se toma en cuenta el promedio de la inflación de los últimos cinco años, de la misma manera la proyección de las unidades a vender en el negocio, se toma en promedio la tasa de crecimiento poblacional de la parroquia Izamba con el fin de que el estudio de factibilidad se ajuste a la realidad de la demanda del servicio (Anexo 3). Cabe destacar que para identificar las unidades vendidas existió una investigación de campo en diferentes gimnasios de la ciudad.

Tabla 5.24 Ingresos anuales

Ingresos					
Productos y Servicio	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Mensual	\$ 40.320,00	\$ 43.368,41	\$ 46.647,29	\$ 50.174,07	\$ 53.967,49
Diario	\$ 25.920,00	\$ 27.879,69	\$ 29.987,54	\$ 32.254,76	\$ 34.693,39
Batidos	\$ 7.200,00	\$ 7.744,36	\$ 8.329,87	\$ 8.959,66	\$ 9.637,05
Masajes					
Reductores	\$ 25.920,00	\$ 27.879,69	\$ 29.987,54	\$ 32.254,76	\$ 34.693,39
Total Ingresos	\$ 99.360,00	\$ 106.872,14	\$ 114.952,24	\$ 123.643,24	\$ 132.991,33

Elaborado por: Monserrath Lucero;

Fuente: Propia

Egresos

Los egresos se proyectan tomando en cuenta la tasa pasiva referencial otorgada por el Banco Central del Ecuador (BCE), la misma que es 5,14% a diciembre del 2015.

Tabla 5.25 Egresos Anuales

Tasa pasiva referencial					
	\$ 5,14	\$ 1,0514			
Egresos					
Costos fijos					
Descripción	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Sueldos	\$ 41.883,50	\$ 46.007,40	\$ 48.372,18	\$ 50.858,51	\$ 53.472,64
Energía					
Eléctrica	\$ 480,00	\$ 504,67	\$ 530,61	\$ 557,89	\$ 586,56
Agua	\$ 540,00	\$ 567,76	\$ 596,94	\$ 627,62	\$ 659,88
Cable e Internet	\$ 480,00	\$ 504,67	\$ 530,61	\$ 557,89	\$ 586,56
Teléfono	\$ 360,00	\$ 378,50	\$ 397,96	\$ 418,41	\$ 439,92
Gastos					
Funcionamiento	\$ 1.800,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00
Capital préstamo	\$ 11.449,24	\$ 11.449,24	\$ 11.449,24	\$ 11.449,24	\$ 11.449,24
Costos Variables					
Insumos	\$ 5.577,00	\$ 5.863,66	\$ 6.165,05	\$ 6.481,93	\$ 6.815,10
Interés					
Préstamo	\$ 5.766,65	\$ 4.496,93	\$ 3.227,21	\$ 1.957,49	\$ 687,77
Totales	\$ 68.336,39	\$ 69.772,83	\$ 71.269,80	\$ 72.908,98	\$ 74.697,67

Elaborado por: Monserrath Lucero

Fuente: Propia

Flujo Neto de Fondos

A partir del cálculo de los ingresos y egresos anuales, se procede a calcular el flujo neto de fondos o flujo de caja, el cual mide la rentabilidad total de la inversión.

Tabla 5.26 Flujo Neto de Fondos.

Flujo Neto de Fondos					
Descripción	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ingresos	\$ 99.360,00	\$ 106.872,14	\$ 114.952,24	\$ 123.643,24	\$ 132.991,33
Egresos	\$ 68.336,39	\$ 69.772,83	\$ 71.269,80	\$ 72.908,98	\$ 74.697,67
Utilidad Bruta	\$ 31.023,61	\$ 37.099,31	\$ 43.682,44	\$ 50.734,27	\$ 58.293,65
15% Trabajadores	\$ 4.653,54	\$ 5.564,90	\$ 6.552,37	\$ 7.610,14	\$ 8.744,05
Base Imponible	\$ 26.370,07	\$ 31.534,42	\$ 37.130,08	\$ 43.124,13	\$ 49.549,61
Porcentaje IR	15%	15%	15%	20%	20%
Impuesto a la Renta	\$ 3.955,51	\$ 4.730,16	\$ 5.569,51	\$ 8.624,83	\$ 9.909,92
Utilidad Neta	\$ 22.414,56	\$ 26.804,25	\$ 31.560,57	\$ 34.499,30	\$ 39.639,69
Utilidad Sobre ventas	22,56%	25,08%	27,46%	27,90%	29,81%

Elaborado por: Monserrath Lucero

Fuente: Propia

Punto de Equilibrio

Se determina el punto de equilibrio, es decir en donde no existe pérdida ni ganancia, en este punto los ingresos son iguales a los costos.

Tabla 5.27 Punto de Equilibrio.

Punto de Equilibrio					
Descripción	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Costos Fijos	\$ 56.992,74	\$ 59.412,24	\$ 61.877,54	\$ 64.469,56	\$ 67.194,80
Costos Variables	\$ 11.343,65	\$ 10.360,59	\$ 9.392,26	\$ 8.439,42	\$ 7.502,87
Ingresos	\$ 99.360,00	\$ 106.872,14	\$ 114.952,24	\$ 123.643,24	\$ 132.991,33
Punto de Equilibrio \$ = Costo fijo / (1 - (Costo variable/Ingresos de venta))					
Promedio de precios	\$ 13,88	\$ 14,51	\$ 15,18	\$ 15,87	\$ 16,60
Punto de Equilibrio Monetario	\$ 64.338,03	\$ 65.790,19	\$ 67.383,13	\$ 69.192,37	\$ 71.212,33
Punto de Equilibrio Unidades	4637	4534	4440	4360	4291

Elaborado por: Monserrath Lucero

Fuente: Propia

En el primer año de funcionamiento del gimnasio el punto de equilibrio monetario será de \$ 64.338,03 dólares en ingresos, es decir, este valor cubriría todos los costos sin tener ganancia ni pérdida en el negocio. El punto de equilibrio en unidades es de 4637 personas, atendidas en las instalaciones del gimnasio, se debe tomar en cuenta que las unidades pueden verse afectados debido a que se ofrecen varios productos y servicios, para lo cual se utiliza un promedio de los precios en todos los años respectivamente.

Valor Actual Neto (VAN)

El valor presente es un determinado número de flujos de caja futuros originados por una inversión, también llamado VAN. Se debe tomar en cuenta la tasa de descuento o TMAR, para el cálculo de la fórmula se necesita la tasa pasiva referencial y la tasa de riesgo país o EMBI.

Cabe indicar que el dato del riesgo país o (EMBI) está representado en puntos y se divide para 100 para transformarlo en porcentaje y la tasa de interés pasiva es del BCE de noviembre del 2015.

Tabla 5.28 Datos para el cálculo de la TMAR.

Datos para el cálculo TMAR		
Tasas	Porcentaje	Coefficientes
T. Pasiva	5,11%	0,0511
Riesgo País(EMBI)	12,07%	0,1207

Elaborado por: Monserrath Lucero

Fuente: Propia

Desarrollo del cálculo de la TMAR:

TMAR= Tasa de interés pasiva + Riesgo país+(Tasa de interés pasiva* Riesgo país)

$$\mathbf{TMAR} = 5,11 + 12,07 + (0,0511 * 0,1207)$$

$$\mathbf{TMAR} = 17,19\%.$$

Para el cálculo del TMAR se utiliza los coeficientes de las tasas mencionadas, el rendimiento mínimo que se espera del gimnasio es de 17,19%, de otro modo el proyecto no será factible.

Cuando:

- $VAN > 0$, el proyecto es factible, la inversión produce ganancias por encima de la rentabilidad.
- $VAN < 0$, el proyecto no es factible, la inversión produce pérdidas por debajo de la rentabilidad.
- $VAN = 0$, el proyecto no produce ni pérdidas ni ganancias.

Aplicando el coeficiente del TMAR en la fórmula del VAN se obtiene el siguiente resultado:

$$\text{VAN} = -\text{I.I.} + \text{FnF}^1/(1+i)^1 + \text{FnF}^2/(1+i)^2 + \text{FnF}^3/(1+i)^3 + \text{FnF}^4/(1+i)^4 + \text{FnF}^5/(1+i)^5$$

$$\text{VAN} = -91,995.00 + 22.414,56/(1+0,1719)^1 + 26.804,25/(1+0,1719)^2 + \\ 31.560,57/(1+0,1719)^3 + 34.499,30/(1+0,1719)^4 + 39.639,69/(1+0,1719)^5$$

$$\text{VAN} = \$ 2.484,37$$

Este indicador permite definir que el proyecto de inversión es viable económicamente ya que la recuperación de la inversión del gimnasio genera ganancias por encima de la rentabilidad, por consiguiente el proyecto es factible.

Tasa Interna de Retorno (TIR)

Es la tasa de descuento donde se determina que el valor actual neto es igual a cero, es decir se iguala la suma del valor actual de los gastos con la suma del valor actual de los ingresos previstos, recuperando la inversión.

$$\text{TIR} = -\text{I.I.} + \text{FnF}^1/(1+i)^1 + \text{FnF}^2/(1+i)^2 + \text{FnF}^3/(1+i)^3 + \text{FnF}^4/(1+i)^4 + \text{FnF}^5/(1+i)^5 = 0$$

$$\text{TIR} = 18,25\%$$

La TIR es de 18,25% con esta tasa interna de retorno, el nuevo VAN se iguala a cero, es decir si la TIR es mayor que la TMAR, el proyecto es viable.

Relación Beneficio-Costo:

La relación beneficios versus costos, se calculan dividiendo el VAN de los ingresos para el VAN de los egresos, como resultado obtener el valor presente de los beneficios, este valor debe ser mayor al valor presente de los costos del proyecto de inversión.

Tabla 5.29 Relación Beneficio-Costo

Relación Costo- Beneficio	
Van ingresos =	$-.I.I + \text{Ingresos } 1/(1+i)^1 + \text{Ingresos } 2/(1+i)^2 + \text{Ingresos } 3/(1+i)^3 + \text{Ingresos } 4/(1+i)^4 + \text{Ingresos } 5/(1+i)^5$
Van ingresos =	\$ 267.757,30
Van Egresos =	$-.I.I + \text{Egresos } 1/(1+i)^1 + \text{Egresos } 2/(1+i)^2 + \text{Egresos } 3/(1+i)^3 + \text{Egresos } 4/(1+i)^4 + \text{Egresos } 5/(1+i)^5$
Van Egresos =	\$ 133.856,32
Costo Beneficio=	Van ingresos/Van egresos
Costo Beneficio=	\$ 2,00

Elaborado por: Monserrath Lucero
Fuente: Propia

Con este resultado se dice que por cada dólar invertido en el gimnasio, habrá un beneficio adicional de \$1,00.

PaybackPeriod

Llamado también periodo de recuperación, consiste en establecer el tiempo en el que se va a recuperar la inversión inicial del proyecto, a través de los flujos de efectivo futuros del gimnasio

Tabla 5.30 Periodo de Recuperación

Paybackperiod	Inversión Inicial - Flujo Neto de Fondos		
\$ 91.995,00	\$ 69.580,44	\$ 22.414,56	Año 1
	\$ 42.776,19	\$ 26.804,25	Año 2
	\$ 11.215,62	\$ 31.560,57	Año 3
	-\$ 23.283,68	\$ 34.499,30	Año 4
	-\$ 62.923,36	\$ 39.639,69	Año 5
Flujo neto de fondos Año 3-4			
\$ 34.499,30	12		Meses
\$ 11.215,62	x	3,90	Meses
Meses			
1	30		Días
0,9	x	27	Días

Elaborado por: Monserrath Lucero
Fuente: Propia

El periodo de recuperación del proyecto de inversión será de tres años, tres meses y veintisiete días.

Análisis de Sensibilidad

El análisis de sensibilidad permite determinar escenarios en los cuales se puede analizar posibles resultados del proyecto de inversión.

Escenario Optimista

Se calcula los ingresos optimistas a partir del criterio relacionado con el incremento de la tasa de crecimiento en un 30% para el escenario optimista. (Anexo 4)

Tabla 5.31 Ingresos Optimistas

Ingresos					
Productos y Servicio	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Mensual	\$ 40.320,00	\$ 43.728,93	\$ 47.426,08	\$ 51.435,80	\$ 55.784,54
Diario	\$ 25.920,00	\$ 28.111,46	\$ 30.488,19	\$ 33.065,87	\$ 35.861,49
Batidos	\$ 7.200,00	\$ 7.808,74	\$ 8.468,94	\$ 9.184,96	\$ 9.961,53
Masajes					
Reductores	\$ 25.920,00	\$ 28.111,46	\$ 30.488,19	\$ 33.065,87	\$ 35.861,49
Total Ingresos	\$ 99.360,00	\$ 107.760,58	\$ 116.871,40	\$ 126.752,51	\$ 137.469,05

Elaborado por: Monserrath Lucero

Fuente: Propia

Los egresos en el escenario optimistas serán los mismos sin ninguna modificación a la tasa pasiva publicada por el Banco Central del Ecuador.

Tabla 5.32 Egresos Optimistas

Tasa pasiva referencial					
	\$ 5,14	\$ 1,0514			
Egresos					
Costos fijos					
Descripción	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Sueldos	\$ 41.883,50	\$ 46.007,40	\$ 48.372,18	\$ 50.858,51	\$ 53.472,64
Energía Eléctrica	\$ 480,00	\$ 504,67	\$ 530,61	\$ 557,89	\$ 586,56
Agua	\$ 540,00	\$ 567,76	\$ 596,94	\$ 627,62	\$ 659,88
Cable e Internet	\$ 480,00	\$ 504,67	\$ 530,61	\$ 557,89	\$ 586,56
Teléfono	\$ 360,00	\$ 378,50	\$ 397,96	\$ 418,41	\$ 439,92
Gastos Funcionamiento Capital préstamo	\$ 1.800,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00
	\$ 11.449,24	\$ 11.449,24	\$ 11.449,24	\$ 11.449,24	\$ 11.449,24
Costos Variables					
Insumos	\$ 5.577,00	\$ 5.863,66	\$ 6.165,05	\$ 6.481,93	\$ 6.815,10
Interés Préstamo	\$ 5.766,65	\$ 4.496,93	\$ 3.227,21	\$ 1.957,49	\$ 687,77
Totales	\$ 68.336,39	\$ 69.772,83	\$ 71.269,80	\$ 72.908,98	\$ 74.697,67

Elaborado por: Monserrath Lucero

Fuente: Propia

Como resultado de los cambios realizados se obtiene el siguiente flujo neto de fondos:

Tabla 5.33 Flujo Neto de Fondos Optimista

Flujo Neto de Fondos					
Descripción	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ingresos	\$ 99.360,00	\$ 107.760,58	\$ 116.871,40	\$ 126.752,51	\$ 137.469,05
Egresos	\$ 68.336,39	\$ 69.772,83	\$ 71.269,80	\$ 72.908,98	\$ 74.697,67
Utilidad Bruta	\$ 31.023,61	\$ 37.987,75	\$ 45.601,60	\$ 53.843,54	\$ 62.771,37
15% Trabajadores	\$ 4.653,54	\$ 5.698,16	\$ 6.840,24	\$ 8.076,53	\$ 9.415,71
Base Imponible	\$ 26.370,07	\$ 32.289,59	\$ 38.761,36	\$ 45.767,01	\$ 53.355,67
Porcentaje IR Impuesto a la Renta	15%	15%	15%	20%	20%
	\$ 3.955,51	\$ 4.843,44	\$ 5.814,20	\$ 9.153,40	\$ 10.671,13
Utilidad Neta	\$ 22.414,56	\$ 27.446,15	\$ 32.947,16	\$ 36.613,61	\$ 42.684,53
Utilidad Sobre ventas	22,56%	25,47%	28,19%	28,89%	31,05%

Elaborado por: Monserrath Lucero

Fuente: Propia

Y el siguiente VAN optimista:

$$\text{VAN} = -\text{I.I.} + \text{FnF}^1/(1+i)^1 + \text{FnF}^2/(1+i)^2 + \text{FnF}^3/(1+i)^3 + \text{FnF}^4/(1+i)^4 + \text{FnF}^5/(1+i)^5$$

$$\text{VAN} = -91,995.00 + 22.414,56/(1+01719)^1 + 27.446,15/(1+01719)^2 + 32.947,16/(1+01719)^3 + 36.613,61/(1+01719)^4 + 42.684,53/(1+01719)^5$$

$$\text{VAN} = \$ 6.311,87$$

Teniendo en cuenta el VAN en este escenario, el proyecto de inversión sigue siendo viable, se sigue produciendo ganancias por encima de la rentabilidad

Se obtiene el siguiente TIR optimista:

$$\text{TIR} = -\text{I.I.} + \text{FnF}^1/(1+i)^1 + \text{FnF}^2/(1+i)^2 + \text{FnF}^3/(1+i)^3 + \text{FnF}^4/(1+i)^4 + \text{FnF}^5/(1+i)^5 = 0$$

$$\text{TIR} = 19,83\%$$

La TIR es de 19,83% con esta tasa interna de retorno el nuevo VAN se iguala a cero, es decir que hasta este porcentaje puede subir la tasa de descuento para que el proyecto siga siendo factible en el escenario optimista.

Tabla 5.34 Punto de equilibrio Optimista

Punto de Equilibrio					
Descripción	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Costos Fijos	\$ 56.992,74	\$ 59.412,24	\$ 61.877,54	\$ 64.469,56	\$ 67.194,80
Costos Variables	\$ 11.343,65	\$ 10.360,59	\$ 9.392,26	\$ 8.439,42	\$ 7.502,87
Ingresos	\$ 99.360,00	\$ 107.760,58	116.871,40	\$ 126.752,51	\$ 137.469,05
Punto de Equilibrio \$ = Costo fijo / (1 - (Costo variable/Ingresos de venta))					
Promedio de precios	\$ 13,88	\$ 14,51	\$ 15,18	\$ 15,87	\$ 16,60
Punto de Equilibrio Monetario	\$ 64.338,03	\$ 65.732,01	\$ 67.284,82	\$ 69.068,25	\$ 71.073,92
Punto de Equilibrio Unidades	4637	4530	4434	4352	4282

Elaborado por: Monserrath Lucero
Fuente: Propia

Con relación al análisis costo beneficio se obtiene los siguientes resultados:

Tabla 5.35 Relación Costo Beneficio Optimista

Relación Costo- Beneficio	
Van ingresos =	$-I.I + \text{Ingresos } 1/(1+i)^1 + \text{Ingresos } 2/(1+i)^2 + \text{Ingresos } 3/(1+i)^3 + \text{Ingresos } 4/(1+i)^4 + \text{Ingresos } 5/(1+i)^5$
Van ingresos =	\$ 273.271,02
Van Egresos =	$-I.I + \text{Egresos } 1/(1+i)^1 + \text{Egresos } 2/(1+i)^2 + \text{Egresos } 3/(1+i)^3 + \text{Egresos } 4/(1+i)^4 + \text{Egresos } 5/(1+i)^5$
Van Egresos =	\$ 133.856,32
Costo Beneficio=	Van ingresos/Van egresos
Costo Beneficio=	\$ 2,04

Elaborado por: Monserrath Lucero

Fuente: Propia

En el escenario optimista se obtiene que por cada dólar invertido en el proyecto exista, un beneficio adicional de \$1,04

Finalmente, el Payback Period, en este escenario optimista es:

Tabla 5.36 Payback period.

Payback period	.Inversión Inicial - Flujo Neto de Fondos		
\$ 91.995,00	\$ 69.580,44	\$ 22.414,56	Año 1
	\$ 42.134,29	\$ 27.446,15	Año 2
	\$ 9.187,13	\$ 32.947,16	Año 3
	-\$ 27.426,47	\$ 36.613,61	Año 4
	-\$ 70.111,01	\$ 42.684,53	Año 5
Flujo neto de fondos Año 3-4			
\$ 36.613,61	12		meses
\$ 9.187,13	x	3,01	meses
Meses			
1	30		días
0,1	x	3	días

Elaborado por: Monserrath Lucero

Fuente: Propia

El periodo de recuperación del proyecto de inversión será de tres años, tres meses y veinte y tres días.

Escenario Pesimista

Para el cálculo de los ingresos pesimistas se mantienen las tasas del escenario normal ya que son tasas que con mayor probabilidad incrementarían y no disminuirían en el mercado actual, además están directamente relacionadas con los precios y las cantidades vendidas y su incremento favorecería a los ingresos, es por esta razón que se mantienen los valores de las tasas del escenario normal.

Tabla 5.37 Ingresos Pesimistas

Ingresos					
Productos y Servicio	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Mensual	\$ 40.320,00	\$ 43.368,41	\$ 46.647,29	\$ 50.174,07	\$ 53.967,49
Diario	\$ 25.920,00	\$ 27.879,69	\$ 29.987,54	\$ 32.254,76	\$ 34.693,39
Batidos	\$ 7.200,00	\$ 7.744,36	\$ 8.329,87	\$ 8.959,66	\$ 9.637,05
Masajes Reductores	\$ 25.920,00	\$ 27.879,69	\$ 29.987,54	\$ 32.254,76	\$ 34.693,39
Total Ingresos	\$ 99.360,00	\$ 106.872,14	\$ 114.952,24	\$ 123.643,24	\$ 132.991,33

Elaborado por: Monserrath Lucero

Fuente: Propia

Por otro lado, para el cálculo de los egresos pesimistas se toma en cuenta el incremento de las tasas pasivas referenciales de los últimos cinco años, por el cual se obtiene un valor de 5,19%, el mismo valor se incrementa a la tasa pasiva referencial publicada por el Banco Central del Ecuador proporcionando un valor para el escenario pesimista de 5,41%

Tabla 5.38 Tasas pasivas referenciales

Años	Porcentajes
2010	4,28
2011	4,53
2012	4,53
2013	4,53
2015	5,14
2016	5,62
Promedio de los incrementos de la t. pasiva referencial	5,19%

Elaborado por: Monserrath Lucero

Fuente: Propia

Tabla 5.39 Egresos pesimistas

Tasa pasiva referencial ajustada		Tasa pasiva referencial			
\$ 5,41	\$ 1,0541	\$ 5,14	\$ 1,05		
Egresos					
Costos fijos					
Descripción	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Sueldos	\$ 41.883,50	\$ 46.007,40	\$ 48.496,40	\$ 51.120,06	\$ 53.885,65
Energía Eléctrica	\$ 480,00	\$ 505,97	\$ 533,34	\$ 562,19	\$ 592,61
Agua	\$ 540,00	\$ 569,21	\$ 600,01	\$ 632,47	\$ 666,69
Cable e Internet	\$ 480,00	\$ 505,97	\$ 533,34	\$ 562,19	\$ 592,61
Teléfono	\$ 360,00	\$ 379,48	\$ 400,01	\$ 421,65	\$ 444,46
Gastos					
Funcionamiento	\$ 1.800,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00
Capital préstamo	\$ 11.449,24	\$ 11.449,24	\$ 11.449,24	\$ 11.449,24	\$ 11.449,24
Costos Variables					
Insumos	\$ 5.577,00	\$ 5.878,72	\$ 6.196,75	\$ 6.532,00	\$ 6.885,38
Interés Préstamo	\$ 5.766,65	\$ 4.496,93	\$ 3.227,21	\$ 1.957,49	\$ 687,77
Totales	\$ 68.336,39	\$ 69.792,91	\$ 71.436,30	\$ 73.237,28	\$ 75.204,40

Elaborado por: Monserrath Lucero

Fuente: Propia

El Flujo Neto de fondos con los ingresos y egresos pesimistas será el siguiente:

Tabla 5.40 Flujo Neto de Fondos pesimista

Flujo Neto de Fondos					
Descripción	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ingresos	\$ 99.360,00	\$ 106.872,14	\$ 114.952,24	\$ 123.643,24	\$ 132.991,33
Egresos	\$ 68.336,39	\$ 69.792,91	\$ 71.436,30	\$ 73.237,28	\$ 75.204,40
Utilidad Bruta	\$ 31.023,61	\$ 37.079,23	\$ 43.515,95	\$ 50.405,96	\$ 57.786,93
15% Trabajadores	\$ 4.653,54	\$ 5.561,89	\$ 6.527,39	\$ 7.560,89	\$ 8.668,04
Base Imponible	\$ 26.370,07	\$ 31.517,35	\$ 36.988,55	\$ 42.845,06	\$ 49.118,89
Porcentaje IR Impuesto a la Renta	15%	15%	15%	20%	20%
	\$ 3.955,51	\$ 4.727,60	\$ 5.548,28	\$ 8.569,01	\$ 9.823,78
Utilidad Neta	\$ 22.414,56	\$ 26.789,75	\$ 31.440,27	\$ 34.276,05	\$ 39.295,11
Utilidad Sobre ventas	22,56%	25,07%	27,35%	27,72%	29,55%

Elaborado por: Monserrath Lucero

Fuente: Propia

Tabla 5.41 Cálculo del TMAR con la tasa ajustada

Datos para el cálculo TMAR		
Tasas	Porcentaje	Coefficientes
T. Pasiva	5,41%	0,0541
Riesgo País	12,07%	0,1207
TMAR		0,1749

Elaborado por: Monserrath Lucero

Fuente: Propia

Con el siguiente VAN:

$$\text{VAN} = -\text{I.I.} + \text{FnF}^1/(1+i)^1 + \text{FnF}^2/(1+i)^2 + \text{FnF}^3/(1+i)^3 + \text{FnF}^4/(1+i)^4 + \text{FnF}^5/(1+i)^5$$

$$\text{VAN} = -91,995.00 + 22.414,56/(1+0,1719)^1 + 26789,75/(1+0,1719)^2 + 31.440,27/(1+0,1719)^3 + 34.276,05/(1+0,1719)^4 + 39.295,11/(1+0,1719)^5$$

$$\text{VAN} = \$ 1.424,63$$

Teniendo en cuenta el VAN en este escenario, el proyecto de inversión sigue siendo factible ya que el valor del VAN es positivo pero no tan lejos del cero se debe considerar estrategias para poder conllevar una futura pérdida en el negocio.

Se obtiene la siguiente TIR optimista:

$$\text{TIR} = -\text{I.I.} + \text{FnF}^1/(1+i)^1 + \text{FnF}^2/(1+i)^2 + \text{FnF}^3/(1+i)^3 + \text{FnF}^4/(1+i)^4 + \text{FnF}^5/(1+i)^5 = 0$$

$$\text{TIR} = 18,10\%$$

La TIR es de 18,10% con esta tasa interna de retorno el nuevo VAN se iguala a cero, es decir que hasta este porcentaje la tasa de descuento puede subir para que el proyecto siga siendo factible y como la TMAR es de 17,49%, se comprueba que el proyecto sigue siendo viable.

Con respecto al punto de equilibrio:

Tabla 5.42 Punto de equilibrio pesimista

Punto de Equilibrio					
Descripción	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Costos Fijos	\$ 56.992,74	\$ 59.417,27	\$ 62.012,34	\$ 64.747,80	\$ 67.631,25
Costos Variables	\$ 11.343,65	\$ 10.375,64	\$ 9.423,96	\$ 8.489,48	\$ 7.573,15
Ingresos	\$ 99.360,00	\$ 106.872,14	\$ 114.952,24	\$ 123.643,24	\$ 132.991,33
Punto de Equilibrio \$ = Costo fijo / (1 - (Costo variable/Ingresos de venta))					
Promedio de precios	\$ 13,88	\$ 14,51	\$ 15,18	\$ 15,87	\$ 16,60
Punto de Equilibrio Monetario	\$ 64.338,03	\$ 65.806,02	\$ 67.550,21	\$ 69.521,20	\$ 71.715,04
Punto de Equilibrio Unidades	4637	4535	4451	4381	4321

Elaborado por: Monserrath Lucero
Fuente: Propia

Con respecto al analisis Costo – Beneficio:

Tabla 5.43 Relación Costo- Beneficio

Relación Costo- Beneficio	
Van ingresos =	$-.I + \text{Ingresos } 1/(1+i)^1 + \text{Ingresos } 2/(1+i)^2 + \text{Ingresos } 3/(1+i)^3 + \text{Ingresos } 4/(1+i)^4 + \text{Ingresos } 5/(1+i)^5$
Van ingresos =	\$ 265.196,71
Van Egresos =	$-.I + \text{Egresos } 1/(1+i)^1 + \text{Egresos } 2/(1+i)^2 + \text{Egresos } 3/(1+i)^3 + \text{Egresos } 4/(1+i)^4 + \text{Egresos } 5/(1+i)^5$
Van Egresos =	\$ 132.821,33
Costo Beneficio=	Van ingresos/Van egresos
Costo Beneficio=	\$ 1,997

Elaborado por: Monserrath Lucero
Fuente: Propia

En este escenario pesimista se obtiene por cada dólar invertido en el proyecto del gimnasio, un beneficio adicional de \$0,99 centavos.

Finalmente, el Payback Period, en este escenario pesimista es:

Tabla 5.44 Payback Period Pesimista

Payback period	.Inversión Inicial - Flujo Neto de Fondos		
\$ 91.995,00	\$ 69.580,44	\$ 22.414,56	Año 1
	\$ 42.790,69	\$ 26.789,75	Año 2
	\$ 11.350,42	\$ 31.440,27	Año 3
	-\$ 22.925,63	\$ 34.276,05	Año 4
	-\$ 62.220,74	\$ 39.295,11	Año 5
Flujo neto de fondos Año 3-4			
\$ 34.276,05	12		meses
\$ 11.350,42	x	3,97	meses
Meses			
1	30		días
0,97	x	29	Días

Elaborado por: Monserrath Lucero
Fuente: Propia

La recuperación de la inversión se hace menor pero aún sigue la inversión se recupera a los tres años, tres meses y veintinueve días.

Resumen del análisis de sensibilidad

Tabla 5.45 Resumen del análisis de sensibilidad

Escenario	VAN	TIR	B/C	PAYBACK
Optimista	\$ 6.311,87	19,83%	\$ 2,04	3 años, 3 meses y 3 días
Normal	\$ 2.484,37	18,25%	\$ 2,00	3 años, 3 meses y 27 días
Pesimista	\$ 1.424,63	18,10%	\$ 1,99	3 años, 3 meses y 29 días

Elaborado por: Monserrath Lucero
Fuente: Propia

Con el análisis de sensibilidad se asume que el proyecto de inversión es sensible debido a que los indicadores estudiados varían y es necesario tomar decisiones adecuadas.

Matriz de Marco Lógico

Esta matriz permite controlar las actividades del gimnasio, los responsables, qué se va a medir, y el tiempo que se va a medir los indicadores.

Tabla 5.46 Matriz de Marco Lógico

Actividad	Descripción	Responsable	Indicadores	Tiempo
Buscar instructores adecuados para las áreas de aeróbicos y máquinas	Identificar a los mejores instructores de la ciudad de Ambato para que trabajen en el gimnasio	Gerente	Numero de instructores contratados con certificaciones nacionales o internacionales	Semestral
Buscar los mejores proveedores de bebidas y alimentos	Identificar proveedores de bebidas y alimentos que brinden los mejores precios	Responsable de la cafetería	Número de los proveedores de bebidas y alimentos	Mensual
Buscar un entrenador personal training y seguimiento de los clientes del gimnasio	Para el seguimiento nutricional a los clientes además de entrenamientos personalizados	Instructor área 1	Número de clientes que tengan el seguimiento nutricional y entrenamientos personales	Mensual
Investigar sobre vendedores nacionales de máquinas para el área de pesas	Buscar máquinas con tecnológica de punta y ergonómicas	Gerente	Máquinas compradas para las instalaciones	Anual
Crear un horario para las actividades en el área de aeróbicos	La creación de los horarios del gimnasio serán adecuados dependiendo las necesidades de los clientes	Instructor área 2	Horarios que tengan mayor acogido	Semestral
Crear normas de funcionamiento y uso adecuado de las máquinas en todas las áreas	Se realizará normas que permitan tener una armonía en el ambiente de trabajo	Gerente	Cumplimiento de normas en el gimnasio	Trimestral
Plan de marketing del gimnasio	Se realizará un seguimiento de promociones adecuadas para los socios del gimnasio	Gerente	Número de campañas de marketing que se realicen	Mensual

Sacar los permisos de funcionamiento para el gimnasio	Pago de impuestos, y solicitudes respectivas	Gerente	Número de solicitudes, permisos y tramites	Anual
Asesoramiento de los servicios de gimnasio	Desde el momento de la entrada de un posible cliente brindar información sobre los servicios del gimnasio	Secretaria	Número de asesoramientos del servicio a clientes	Diario
Limpieza e higiene de instalaciones	La limpieza de las instalaciones y el mantenimiento de las áreas	Personal de Limpieza	Número de control de limpiezas de las instalaciones	Diario

Elaborado por: Monserrath Lucero
Fuente: Propia

5.6.5. Estudio Medio Ambiental

Matriz de Impacto Ambiental

Es indispensable tomar en cuenta el entorno ambiental y anticipar a futuros contratiempos, por esta razón en este cuadro se representa el posible impacto de las actividades del gimnasio

Tabla 5.47 Matriz de Impacto Ambiental

Actividad	Problema	Solución	Responsable	Tiempo
-----------	----------	----------	-------------	--------

Preparación de alimentos y bebidas	Desperdicios de la cafetería	Recoger los desperdicios diariamente y ponerlos en lugares adecuados para su recolección	Responsable de la cafetería	Diario
Uso del agua de las duchas	Desperdicio agua en las áreas húmedas (duchas, baños)	Colocar grifos con control de agua en las áreas húmedas (duchas, baños)	Gerente	Mensual
Diferentes clases en la área de aeróbicos	Ruido excesivo	Colocar aislantes de sonidos en las paredes de las instalaciones	Gerente	Anual
Uso de la luz en las instalaciones	Inadecuado uso de las luces del gimnasio	Temporizadores y sensores de movimiento para activas las luces del gimnasio	Personal de Limpieza	Diario
Productos de limpieza	Inadecuado uso de los productos de limpieza (gel, toallas, papel higiénico)	Crear una norma para el uso adecuado de los productos de limpieza	Personal de Limpieza	Diario
Diseño de las diferentes áreas	Inadecuado diseño de las áreas con excesiva publicidad o contaminación visual	Contratar a un diseñador para la distribución de las áreas y es estilo del gimnasio	Gerente	Anual

Elaborado por: Monserrath Lucero

Fuente: Propia

CAPÍTULO VI

6. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

6.1 Conclusiones:

- El estudio de factibilidad comprende diferentes aspectos como los estudios de mercado, técnico, administrativo-legal y financiero-económico que fueron desarrollados con información actual de la situación del mercado competitivo, se ubicó, diseñó y se dio forma a una oportunidad de negocio en la parroquia Izamba del cantón Ambato.
- El estudio de factibilidad ha demostrado que el proyecto de inversión es realizable, ya que se recupera la inversión inicial en un año, tres meses y veintisiete días de funcionamiento del gimnasio y, con un costo beneficio de \$2,00, es decir que por cada dólar invertido habrá una ganancia de un dólar.
- El precio de los productos adicionales a la mensualidad del servicio del gimnasio como son masajes, pagos diarios y batidos fueron considerados debido a que son ingresos importantes de un gimnasio y, los precios que se presentaron para el cálculo de los ingresos y su proyección son de introducción al mercado, es decir por debajo del precio actual.
- En los escenarios creados para el análisis de sensibilidad del proyecto de inversión, se concluye que aun en el contexto pesimista, el negocio sigue siendo rentable; es decir mantiene la factibilidad de la creación de un gimnasio en la parroquia Izamba.

- No existeun gimnasio con características propuestas en este sector, por lo que se debe aprovechar el número de clientes potenciales en esta zona; los habitantes, estudiantes, y transeúntes que utilizan el servicio de gimnasio, se debe considerar esta oportunidad de negocio en la parroquia Izamba.

6.2. Recomendaciones

- Un punto importante que se debe tomar en cuenta para el estudio de factibilidad de un gimnasio es identificar a los mayores competidores del mercado para que sean fuente de información confidencial y certera para los diferentes estudios que corresponden a un proyecto de factibilidad, con esto lograr identificar y tener una mejor visión de la oportunidad de negocio en funcionamiento.
- Se debe considerar que el costo-beneficio del proyecto es de 2,00\$ esto quiere decir que el retorno de inversión es alto, además es importante tener en cuenta el precio de introducción al mercado, el mismo que no debe aumentar radicalmente su valor ya que podría disminuir los clientes del negocio.
- Se propone establecer estrategias con líneas de suplementos de aumento de masa muscular, quemadores, y otros productos que desarrollen el rendimiento de los clientes al 100%, además de ser una fuente más de ingresos, se puede considerar un plus para los clientes del gimnasio.
- Se recomienda ajustar las tasas en el análisis de sensibilidad del proyecto de inversión de acuerdo a escenarios reales del mercado, procurando crear posibles espacios que permitan analizar ventajas y desventajas de factores económicos y sociales que influyan en el negocio.
- Al ser parte de una tendencia de negocios, hoy en día la salud y el deporte, es conveniente aprovechar el número de clientes potenciales en la parroquia Izamba con la propuesta de la creación de un gimnasio, que ofrezca un servicio dinámico y que brinde a los clientes, entrenamiento en espacios

abiertos con seguimiento profesional y motivación adecuada para marcar la diferencia en el mercado.

BIBLIOGRAFÍA

- C., B. V. (s.f.). *Instituto Nacional de Estadística y Censos, 2010*. Obtenido de http://www.inec.gob.ec/cpv/descargables/fasciculo_nacional_final.pdf
- Castañeda, E. D. (Octubre de 2013). *Proyecto de factibilidad para la creacion de un gimnasio en la ciudad de Ambato*. Recuperado el 20 de Enero de 2015, de <http://dspace.unl.edu.ec/jspui/bitstream/123456789/6249/1/Eunice%20Drucila%20Jord%C3%A1n%20Casta%C3%B1eda.pdf>
- Chain, N. S. (2011). *Proyecto de inversión formulacion y evaluación segunda edición*. Chile: Person educación.
- Colombia. (1990). *Ministerio de trabajo y seguridad social. Manual de indicadores de productividad*. Bogota: Editográfias Ltda.
- Corporación Financiera Nacional*. (01 de 12 de 2015). Obtenido de http://www.cfn.fin.ec/images/stories/tasas_dic.pdf
- Cortázar Martínez, A. (2001). *Introducción al análisis de proyectos de inversión*. México: Trillas.
- David Vera. (2010). *Instituto Nacional de Estadística y Censos INEC*. Obtenido de Resultados del Censo 2010 de población y vivienda en el Ecuador: <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/wp-content/descargas/Manualateral/Resultados-provinciales/tungurahua.pdf>
- De la Torre Pérez, J. A., & Zamarrón Alvarado, C. B. (2002). *Evaluación de proyectos de inversión*. Mexico: Pearson Educación.

- Dvoskin, R. (2004). *Fundamento de marketing teoría y experiencia*. Buenos Aires: Ediciones granica S.A.
- Espinoza, M. B. (2006). *Estudio de factibilidad para la creacion de un supermercado en la parroquia de Calderon*. Recuperado el 15 de Enero de 2015, de http://repositorio.ute.edu.ec/bitstream/123456789/6428/1/27387_1.pdf
- Garzón, M. G. (21 de Mayo de 2015). *AGENCIA NACIONAL DE REGULACIÓN, CONTROL Y VIGILANCIA SANITARIA - ARCSA*. Obtenido de <http://www.controlsanitario.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2015/06/Resoluci%C3%B3n-040.pdf>
- Hernández Sampieri, C. R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, P. (1991). *Metodología de la investigacion 6ta edición*. México: Mcgraw-Hill.
- Herrera, J. E. (2009). *Proyectos Enfoque general 3a.ed*. Bogota: Ecoe ediciones.
- Herrero, J. E. (2009). *Proyectos enfoque gerencial 3a.ed*. Bogota: Ecoe Ediciones.
- Larrea, J., & José, R. (s.f.). *INEC Instituto nacional de estadistica y censos*. Obtenido de <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/indice-de-precios-al-consumidor/>
- Lopez, G. (2010). *Instituto Nacional de Estadística y Censos*. Obtenido de Ecuador en cifras: <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/?s=poblacion+por+sexo>
- Lozano, R. M. (2010). *Formulación y evaluación de proyectos sexta edición*. Bogota: Icontec international.
- Lozano, R. M. (2012). *Formulación y evaluación de proyectos 7a.ed*. Botoga: Incontec internacinal .

- Macedo, J. J. (2006). *Economía*. México: Umbral.
- Martín, Á. D. (2007). *El arte de dirigir proyectos segunda edición* . Mexico: Alfaomega grupo editor.
- Mendez Lozano, R. (2010). *Formulacion y Evaluacion de Proyectos:Enfoque para emprendedores*. Bogota: Icontec Internacional.
- Ministerio de Salud Pública. (s.f.). Recuperado el 02 de 05 de 2016, de <http://www.aeo.org.ec/PDF/REQUISITOS%20ESTABL%20NUEVOS.pdf>
- Mora, M. E. (2006). *Investigación de mercados enfoque, sistemas,información, procesos y proyectos*. Mexico: Trillas.
- Morales Castro, J. A., & Morales Castro, A. (2009). *Proyectos de inversión*. Mexico: Mc Graw-Hill.
- Morales Castro, J. A., Morales Castro, A., & Adam Siade, J. A. (2009). *Proyectos de Inversion Evaluacion y Formulacion* . Mexico: Mc Graw Hill. Recuperado el 15 de Enero de 2015, de <http://www.eumed.net/ce/2008b/tss.htm>
- Murcia Murcia, J. D. (2009). *Proyectos, formulación y criterios de evaluación*. Bogota: Alfaomega Colombiana S.A.
- Niño, A. C. (1985). *Manual sobre preparacion de estudios de factibilidad para almacenamiento de granos*. Bogota: Publicaciones miselaneas No 530.
- Prieto, J. (05 de 01 de 2013). *Foro Atletismo*. Recuperado el 05 de 10 de 2015, de <http://www.foroatletismo.com/entrenamiento/17-principios-de-entrenamiento-para-corredores/>

Puelma, J. M. (2000). *Evaluación de proyectos guía de ejercicios problemas y soluciones 2da edición*. Santiago de Chile: Mcgraw.

Quintas, F. B. (2006). *Emprendimiento de proyecto de empresa*. Vigo: Ideas propias editorial.

Santo Santo, T. (Noviembre de 2008). *Estudio de factibilidad de un proyecto de inversion: etapas en su estudio*. Recuperado el 15 de Enero de 2015, de <http://www.eumed.net/ce/2008b/tss.htm>

Servicio de Rentas Internas del Ecuador. (2016). Recuperado el 01 de 06 de 2016, de http://www.sri.gob.ec/web/guest/resultados-de-la-busqueda?_48_INSTANCE_Gp6m_iframe_query=ley%2520de%2520reglamento%2520unico%2520del%2520contribuyente&query_texto=ley+de+reglamento+unico+del+contribuyente&p_p_id=48_INSTANCE_Gp6m&_48_INSTANCE_Gp6m_iframe_i

Urbano, D., & Toledano, N. (2008). *Invitación al emprendimiento*. Barcelona: UOC.

Urbina, G. B. (2013). *Evaluación de proyectos septima edición*. Mexico: McGraw-Hill.

ANEXOS

Anexo 1

Resolución ARCSA- DE- 040-2015-GGG



AGENCIA NACIONAL DE
Regulación, Control
y Vigilancia Sanitaria



Ministerio
de Salud Pública

RESOLUCIÓN ARCSA-DE-040-2015-GGG

DIRECCION EJECUTIVA DE LA AGENCIA NACIONAL DE REGULACIÓN, CONTROL Y VIGILANCIA SANITARIA- ARCSA

CONSIDERANDO:

- Que**, el artículo 3, numeral 1 de la Constitución de la República del Ecuador, establece:
"Son deberes primordiales del Estado: 1. Garantizar sin discriminación alguna el efectivo goce de los derechos establecidos en la Constitución y en los instrumentos internacionales, en particular la educación, la salud, la alimentación, la seguridad social y el agua para sus habitantes";
- Que**, la Constitución de la República del Ecuador, en el artículo 32, dice: *"La salud es un derecho que garantiza el Estado, cuya realización se vincula al ejercicio de otros derechos, entre ellos el derecho al agua, la alimentación, la educación, la cultura física, el trabajo, la seguridad social, los ambientes sanos y otros que sustentan el buen vivir";*
- Que**, el artículo 227 de la Constitución de la República del Ecuador, dispone: *"La administración pública constituye un servicio a la colectividad que se rige por los principios de eficacia, eficiencia, calidad, jerarquía, desconcentración, descentralización, coordinación, participación, planificación, transparencia y evaluación";*
- Que**, la Constitución de la República, en el artículo 359, manifiesta: *"El sistema nacional de salud comprenderá las instituciones, programas, políticas, recursos, acciones y actores en salud; abarcará todas las dimensiones del derecho a la salud; garantizará la promoción, prevención, recuperación y rehabilitación en todos los niveles; y propiciará la participación ciudadana y el control social";*
- Que**, la Ley Orgánica de Salud, prescribe en su artículo 130, lo siguiente: *"Los establecimientos sujetos a control sanitario para su funcionamiento deberán contar con el permiso otorgado por la autoridad sanitaria nacional. El permiso de funcionamiento tendrá vigencia de un año calendario";*
- Que**, la Ley ibídem, en su artículo 134, dispone que: *"La instalación, transformación, ampliación y traslado de plantas industriales, procesadoras de alimentos, establecimientos farmacéuticos, de producción de biológicos, de elaboración de productos naturales procesados de uso medicinal, de producción de homeopáticos, plaguicidas, productos dentales, empresas de cosméticos y productos higiénicos, están sujetos a la obtención, previa a su uso, del permiso otorgado por la autoridad sanitaria";*

4





Agencia Nacional
de Regulación, Control
y Vigilancia Sanitaria



Ministerio
de Salud Pública



- Que**, la Ley Orgánica de Salud, en su artículo 177, determina lo siguiente: *"Es responsabilidad de la autoridad sanitaria nacional, expedir normas y controlar las condiciones higiénico sanitarias de establecimientos de servicios de atención al público y otros sujetos a control sanitario, para el otorgamiento o renovación del permiso de funcionamiento (...)"*;
- Que**, el Ministerio de Salud Pública, mediante Acuerdo Ministerial No. 00004712, publicado en el Registro Oficial No. 202, 13-III-2014, emitió el Reglamento Sustitutivo para Otorgar Permisos de Funcionamiento a los Establecimientos Sujetos a Vigilancia y Control Sanitario, mismo que en su artículo 4, en lo pertinente, dispone: *"(...) La Autoridad Sanitaria Nacional, a través de la Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria- ARCSA-, otorgará de forma automatizada el permiso de funcionamiento a los establecimientos sujetos a vigilancia y control sanitario (...)"*;
- Que**, el Acuerdo Ministerial en mención, determina en su artículo 5, lo siguiente: *"(...) El Permiso de Funcionamiento a los establecimientos sujetos de control sanitario, a excepción de los establecimiento de servicios de salud, será otorgado sin inspección previa, y solamente con el cumplimiento de los requisitos documentales descritos en el presente Reglamento (...)"*;
- Que**, por medio del Decreto Ejecutivo No. 1290, publicado en el Suplemento del Registro Oficial No. 788, de 13 de septiembre de 2012, se creó la Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria, como persona jurídica de derecho público, con independencia administrativa, económica y financiera, adscrita al Ministerio de Salud Pública;
- Que**, mediante Decreto Ejecutivo No. 544, publicado en el Registro Oficial No. 428, de 30 de enero de 2015, se reformo parcialmente el Decreto Ejecutivo No. 1290 mediante el cual se incluyó entre las atribuciones y responsabilidades de la Agencia, la de expedir la normativa técnica, estándares y protocolos para el control y vigilancia sanitaria de los productos y establecimientos descritos en el artículo precedente, de conformidad con los lineamientos y directrices generales que dicte para el efecto su Directorio y la política determinada por Ministerio de Salud Pública;
- Que**, en contexto, el Decreto Ejecutivo No. 544 antes referido, en su artículo 9 dispone: *"Añádase como Disposición Transitoria Sexta, Séptima y Octava, las siguiente: (...) SEPTIMA.- Una vez que la Agencia dicte las normas que corresponda de conformidad con lo dispuesto en este Decreto, quedarán derogadas las actualmente vigentes expedidas por el Ministerio de Salud Pública"*;
- Que**, mediante Acción de Personal No 0302869 de 04 de noviembre del 2014, se nombra al Ing. Giovanni Gando Garzón, como Director Ejecutivo de la Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria ARCSA;

4

6





Agencia Nacional
de Regulación, Control
y Vigilancia Sanitaria



Ministerio
de Salud Pública



Que, mediante informe técnico dirigido al Ing. Giovanni Gando Garzón, Director Ejecutivo de la Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria, suscrito en conjunto por el Coordinador General Técnico de Vigilancia y Control Posterior; y, el Coordinador General Técnico de Regulación para la vigilancia y Control Sanitario, de 21 de mayo de 2015, en su parte pertinente manifiesta: *"Encontrándonos actualmente en miras de una acreditación de reconocimiento regional a través de la Organización Panamericana de la Salud, es importante considerar como ejemplo los procesos que ejecutan otras agencias de referencias tales como COFEPRIS en México, INVIMA en Colombia y ANMAT en Argentina, en donde se evidencia que dichas instituciones se dedican exclusivamente al control, vigilancia y fiscalización de los establecimientos dedicados a la elaboración, producción, importación, fraccionamiento, y comercialización de productos de uso y consumo humano como son los alimentos, medicamentos dispositivos médicos, cosméticos, productos higiénicos y plaguicidas. En los países mencionados las autoridades distritales y municipales emiten la respectiva licencia o permiso de funcionamiento para otros establecimientos comerciales, realizando bajo su competencia en vigilancia sanitaria las inspecciones de los mismo, lo cual se podría ejecutar con base al artículo 133 de la Ley Orgánica de Salud";*

Que, en el informe anteriormente descrito, en contexto se indica: *"En base a los artículos 132 y 134 de la Ley Orgánica de Salud; y, considerando la experiencia evidenciada a través de reportes de control posterior en los años 2014 y 2015, alineados al Decreto Ejecutivo No. 149 que en su artículo 5 de la Simplificación de Trámites dispone: "racionalizar el uso de recursos públicos y, reducir los costos, tiempos y pasos de transacción al ciudadano, empresas y administración pública"; así como el enfoque de vigilancia y control que actualmente mantienen las agencias de referencia en la región; esta coordinación sugiere, que aquellos establecimiento en los cuales su actividad principal no guarda relación con lo establecido en los artículos 132 y 134, se excluyan de la obtención, previa a su uso, del permiso de funcionamiento, otorgado por la autoridad sanitaria; sin embargo, se mantenga la vigilancia en caso de alertas o denuncias potenciales de consumidores o usuarios";* y, al igual se adjunta un listado de establecimientos, que se recomienda eliminar el requisito de obtención del permiso de funcionamiento;

De conformidad a las atribuciones contempladas en el Artículo 10 reformado por el Decreto Ejecutivo No. 544, la Dirección Ejecutiva del ARCSA, en uso de sus atribuciones.

RESUELVE:

Reformar el Acuerdo Ministerial 0004712, publicado en el Registro Oficial Suplemento 202 de 13 de marzo de 2014.

Artículo 1.- A continuación del Artículo 8, incorpórese el siguiente artículo innumerado:

4





Agencia Nacional
de Regulación, Control
y Vigilancia Sanitaria



Ministerio
de Salud Pública



"...Artículo innumerado.- Los establecimientos identificados como Unidades de Economía Popular y Solidaria (UEPS) están exentos del pago del derecho por Permiso de Funcionamiento; y, para su funcionamiento se registrarán por lo dispuesto en la Ley Orgánica de Economía Popular y Solidaria".

Artículo 2.- Exceptúese de la obligatoriedad de obtención de permiso de funcionamiento, a los establecimientos, que se encuentran identificados respectivamente con su código a continuación; sin perjuicio, a que los mismos, se encuentre sujetos a vigilancia; y, a las respectivas sanciones que se generen, por el incumplimiento de las condiciones higiénico sanitarias establecidas en la ley.

14,5,4	PANADERÍAS (SOLO COMERCIALIZACIÓN PRODUCTOS DE PANIFICACIÓN)
14,5,5	TIENDAS DE ABARROTÉS
14,6	LICORERAS
16,0	SERVICIOS FUNERARIOS
16,1	SALAS DE VELACIONES
16,1,1	Rurales
16,1,2	Urbanas
17,0	SERVICIOS DE TURISMO Y HOSPEDAJE
17,1	HOTEL
17,1,1	Lujo (5 estrellas)
17,1,2	Primera (4 estrellas)
17,1,3	Segunda (3 estrellas)
17,1,4	Tercera (2 estrellas)
17,1,5	Cuarta (1 estrellas)
17,2	HOTEL RESIDENCIA
17,2,1	Primera (4 estrellas)
17,2,2	Segunda (3 estrellas)
17,2,3	Tercera (2 estrellas)
17,2,4	Cuarta (1 estrellas)
17,3	HOTEL APARTAMENTO
17,3,1	Primera (4 estrellas)
17,3,2	Segunda (3 estrellas)
17,3,3	Tercera (2 estrellas)
17,3,4	Cuarta (1 estrellas)
17,4	HOSTALES/HOSTALES- RESIDENCIA
17,4,1	Primera (3 estrellas)



Agencia Nacional
de Regulación, Control
y Vigilancia Sanitaria



Ministerio
de Salud Pública



17,4,2	Segunda (2 estrellas)
17,4,3	Tercera (1 estrellas)
17,5	PENSIÓN
17,5,1	Primera (3 estrellas)
17,5,2	Segunda (2 estrellas)
17,5,3	Tercera (1 estrellas)
17,6	HOSTERÍA
17,6,1	Primera (4 estrellas)
17,6,2	Segunda (3 estrellas)
17,6,3	Tercera (2 estrellas)
17,7	REFUGIOS Y CABAÑAS/ALBERGUES TURISTICOS/ APARTAMENTOS TURISTICOS
17,7,1	Primera (4 estrellas)
17,7,2	Segunda (3 estrellas)
17,7,3	Tercera (2 estrellas)
17,8	MOTEL
17,8,1	Primera (4 estrellas)
17,8,2	Segunda (3 estrellas)
17,8,3	Tercera (2 estrellas)
17,9	COMPLEJOS VACACIONALES
17,10	CRUCEROS TURISTICOS / HOTELES FLOTANTES
17,11	OTROS SERVICIOS DE HOSPEDAJE Y ALOJAMIENTO NO CONTEMPLADOS ANTERIORMENTE
18,0	ESCENARIOS PERMANENTES DE ESPECTÁCULOS / ENTRETENIMIENTO
18,1	CENTROS DE CONVENCIONES
18,2	PLAZAS DE TOROS (EN PROVINCIAS DONDE SEA PERMITIDO)
18,2,1	Urbanas
18,2,2	Rurales
18,3	SALAS DE CINE
18,3,1	Simple
18,3,2	Múltiples
18,4	DISCOTECAS/ PEÑAS/SALAS DE BAILE
18,4,1	Urbanas
18,4,2	Rurales
18,5	BARES /CANTINAS/KARAOQUES/SALAS DE BILLAR
18,5,1	Urbanas
18,5,2	Rurales
18,6	ESTABLECIMIENTOS DEPORTIVOS





Agencia Nacional
de Regulación, Control
y Vigilancia Sanitaria



Ministerio
de Salud Pública



18,6,1	Estadios
18,6,2	Coliseos
18,6,3	Centros deportivos
19,0	ESTABLECIMIENTOS DE RECREACIÓN O COMPLEJOS TURÍSTICOS PÚBLICOS Y PRIVADOS
19.1	PISCINAS/TERMAS/BAÑOS DE CAJÓN/TURCO/SAUNA/HIDROMASAJES/DUCHAS
19,2	ESTABLECIMIENTOS DE RECREACIÓN O COMPLEJOS TURÍSTICOS COMBINADOS ENTRE DOS O MÁS ACTIVIDADES
20.0	ESTACIONES DE SERVICIO REGISTRADAS PARA EL EXPENDIO DE COMBUSTIBLES LIQUIDOS DERIVADOS DE HIDROCARBUROS Y LUBRICANTES (SERVICIOS COMPLEMENTARIOS)
25,0	CENTROS DE COSMETOLOGIA Y ESTETICA (SIN PROCEDIMIENTOS INVASIVOS)
25.1	SPA
25.2	Salones de belleza y peluquería
25.3	Establecimientos que prestan servicios combinados de cosmetología y estética
25,4	SPA, Salones de belleza, Peluquerías, o Combinados Artesanales
26,0	GIMNASIOS

Disposición Derogatoria.- Se deroga cualquier disposición de igual o menor jerarquía que se oponga a la presente Resolución.

Disposición Final.- De la ejecución de la presente resolución, que entrará en vigencia a partir de la fecha de su suscripción sin perjuicio de su publicación en el Registro Oficial, encárguese a la Coordinación General Técnica de Regulación para la Vigilancia y Control Sanitario y a la Coordinación General Técnica de Control y Vigilancia Sanitaria.

COMUNIQUESE Y PUBLÍQUESE.- Dado en la ciudad de Quito, Distrito Metropolitano a los 21 días del mes de mayo de 2015.

Mgs. Giovanni Gando Garzón
DIRECTOR EJECUTIVO
AGENCIA NACIONAL DE REGULACIÓN, CONTROL Y VIGILANCIA
SANITARIA - ARCSA



Anexo 2

Encuesta de Mercado

Dirigido a: Los habitantes del sector de la parroquia Izamba, de género masculino y femenino, entre los 15 a 45 años de edad



Objetivo: Conocer las preferencias del consumidor del servicio de gimnasios en el mercado ambateño.

Tiempo estimado: 1 minuto

1. ¿Realiza algún tipo de actividad física?
Siempre A veces Casi nunca Nunca
2. ¿Con que frecuencia hace su actividad física?
De 1 a 2 veces a la semana De 3 a 4 veces a la semana Toda la semana
3. Acudiría a realizar sus actividades físicas en un gimnasio en el sector
Si No Tal vez
4. ¿Asiste a un gimnasio de la ciudad de Ambato?
Si No
5. ¿Considera usted necesario la apertura de un gimnasio en este sector?
Si No Tal vez
6. ¿La apertura de un gimnasio en este sector aportaría de manera favorable a su vida cotidiana?
Mucho Poco Nada
7. ¿Con cuantas personas acude regularmente al gimnasio?
Solo Una persona Más de s

8. ¿Escriba de acuerdo a sus preferencias el gimnasio que más frecuenta en la ciudad de Ambato?

9. ¿Cuál es el factor más importante por el cual Ud. prefiere ese gimnasio?

Precio Calidad y Servicio Ambiente Variedad

10. ¿Qué valor mensual estaría dispuesto a pagar por el servicio de un gimnasio?

De 30\$ a 35\$ De 36\$ a 40\$ De 41\$ a 50\$

11. ¿Además de servicio del gimnasio que otro considera necesario que pueda brindarle?

Nutrición dirigida Masajes y tratamientos Servicio a Domicilio de dietas

12. ¿Qué tiempo asignaría para asistir al gimnasio

30 Minutos 1 hora 2 horas o más

GRACIAS

Anexo 3:**Ingresos Anuales**

Promedio de tasa de inflación en los últimos 5 años			1,0458			
Promedio de tasa de crecimiento de la parroquia Izamba			1,0285			
Ingresos Año 1						
Productos y Servicios	P.V.P	U. Ventas	Ingresos Diarios	Ingresos Semanales	Ingresos Mensuales	Año 1
Mensual	\$ 35,00	4	\$ 140,00	\$ 840,00	\$ 3.360,00	\$ 40.320,00
Diario	\$ 3,00	30	\$ 90,00	\$ 540,00	\$ 2.160,00	\$ 25.920,00
Batidos	\$ 2,50	10	\$ 25,00	\$ 150,00	\$ 600,00	\$ 7.200,00
Masajes						
Reductores	\$ 15,00	6	\$ 90,00	\$ 540,00	\$ 2.160,00	\$ 25.920,00
Total Ingresos		50	\$ 345,00	\$ 2.070,00	\$ 8.280,00	\$ 99.360,00
Ingresos Año 2						
Productos y Servicios	P.V.P	U. Ventas	Ingresos Diarios	Ingresos Semanales	Ingresos Mensuales	Año 2
Mensual	\$ 36,60	4	\$ 150,58	\$ 903,51	\$ 3.614,03	\$ 43.368,41
Diario	\$ 3,14	31	\$ 96,80	\$ 580,83	\$ 2.323,31	\$ 27.879,69
Batidos	\$ 2,61	10	\$ 26,89	\$ 161,34	\$ 645,36	\$ 7.744,36
Masajes						
Reductores	\$ 15,69	6	\$ 96,80	\$ 580,83	\$ 2.323,31	\$ 27.879,69
Total Ingresos			\$ 371,08	\$ 2.226,50	\$ 8.906,01	\$ 106.872,14
Ingresos Año 3						
Productos y Servicios	P.V.P	U. Ventas	Ingresos Diarios	Ingresos Semanales	Ingresos Mensuales	Año 3
Mensual	\$ 38,28	4	\$ 161,97	\$ 971,82	\$ 3.887,27	\$ 46.647,29
Diario	\$ 3,28	32	\$ 104,12	\$ 624,74	\$ 2.498,96	\$ 29.987,54
Batidos	\$ 2,73	11	\$ 28,92	\$ 173,54	\$ 694,16	\$ 8.329,87
Masajes						
Reductores	\$ 16,41	6	\$ 104,12	\$ 624,74	\$ 2.498,96	\$ 29.987,54
Total Ingresos			\$ 399,14	\$ 2.394,84	\$ 9.579,35	\$ 114.952,24
Ingresos Año 4						
Productos y Servicios	P.V.P	U. Ventas	Ingresos Diarios	Ingresos Semanales	Ingresos Mensuales	Año 4
Mensual	\$ 40,03	4	\$ 174,22	\$ 1.045,29	\$ 4.181,17	\$ 50.174,07
Diario	\$ 3,43	33	\$ 112,00	\$ 671,97	\$ 2.687,90	\$ 32.254,76
Batidos	\$ 2,86	11	\$ 31,11	\$ 186,66	\$ 746,64	\$ 8.959,66
Masajes						
Reductores	\$ 17,16	7	\$ 112,00	\$ 671,97	\$ 2.687,90	\$ 32.254,76
Total Ingresos			\$ 429,32	\$ 2.575,90	\$ 10.303,60	\$ 123.643,24
Ingresos Año 5						
Productos y Servicios	P.V.P	U. Ventas	Ingresos Diarios	Ingresos Semanales	Ingresos Mensuales	Año 5
Mensual	\$ 41,87	4	\$ 187,39	\$ 1.124,32	\$ 4.497,29	\$ 53.967,49
Diario	\$ 3,59	34	\$ 120,46	\$ 722,78	\$ 2.891,12	\$ 34.693,39
Batidos	\$ 2,99	11	\$ 33,46	\$ 200,77	\$ 803,09	\$ 9.637,05
Masajes						
Reductores	\$ 17,94	7	\$ 120,46	\$ 722,78	\$ 2.891,12	\$ 34.693,39
Total Ingresos			\$ 461,78	\$ 2.770,65	\$ 11.082,61	\$ 132.991,33

Elaborado por: Monserrath Lucero;

Fuente: Propia

Anexo 4:**Ingresos Anuales optimistas**

Escenario Optimista			Ajuste		Tasa de inflación	Tasa de crecimiento
Promedio de tasa de inflación en los últimos 5 años			1,0458	4,58	4,58	2,85
Promedio de tasa de crecimiento de la parroquia Izamba			1,03705	3,705		
Ingresos Año 1						
Productos y Servicios	P.V.P	U. Ventidas	Ingresos Diarios	Ingresos Semanales	Ingresos Mensuales	Año 1
Mensual	\$ 35,00	4	\$ 140,00	\$ 840,00	\$ 3.360,00	\$ 40.320,00
Diario	\$ 3,00	30	\$ 90,00	\$ 540,00	\$ 2.160,00	\$ 25.920,00
Batidos	\$ 2,50	10	\$ 25,00	\$ 150,00	\$ 600,00	\$ 7.200,00
Masajes						
Reductores	\$ 15,00	6	\$ 90,00	\$ 540,00	\$ 2.160,00	\$ 25.920,00
Total Ingresos		50	\$ 345,00	\$ 2.070,00	\$ 8.280,00	\$ 99.360,00
Ingresos Año 2						
Productos y Servicios	P.V.P	U. Ventidas	Ingresos Diarios	Ingresos Semanales	Ingresos Mensuales	Año 2
Mensual	\$ 36,60	4	\$ 151,84	\$ 911,02	\$ 3.644,08	\$ 43.728,93
Diario	\$ 3,14	31	\$ 97,61	\$ 585,66	\$ 2.342,62	\$ 28.111,46
Batidos	\$ 2,61	10	\$ 27,11	\$ 162,68	\$ 650,73	\$ 7.808,74
Masajes						
Reductores	\$ 15,69	6	\$ 97,61	\$ 585,66	\$ 2.342,62	\$ 28.111,46
Total Ingresos			\$ 374,17	\$ 2.245,01	\$ 8.980,05	\$ 107.760,58
Ingresos Año 3						
Productos y Servicios	P.V.P	U. Ventidas	Ingresos Diarios	Ingresos Semanales	Ingresos Mensuales	Año 3
Mensual	\$ 38,28	4	\$ 164,67	\$ 988,04	\$ 3.952,17	\$ 47.426,08
Diario	\$ 3,28	32	\$ 105,86	\$ 635,17	\$ 2.540,68	\$ 30.488,19
Batidos	\$ 2,73	11	\$ 29,41	\$ 176,44	\$ 705,75	\$ 8.468,94
Masajes						
Reductores	\$ 16,41	6	\$ 105,86	\$ 635,17	\$ 2.540,68	\$ 30.488,19
Total Ingresos			\$ 405,80	\$ 2.434,82	\$ 9.739,28	\$ 116.871,40
Ingresos Año 4						
Productos y Servicios	P.V.P	U. Ventidas	Ingresos Diarios	Ingresos Semanales	Ingresos Mensuales	Año 4
Mensual	\$ 40,03	4	\$ 178,60	\$ 1.071,58	\$ 4.286,32	\$ 51.435,80
Diario	\$ 3,43	33	\$ 114,81	\$ 688,87	\$ 2.755,49	\$ 33.065,87
Batidos	\$ 2,86	11	\$ 31,89	\$ 191,35	\$ 765,41	\$ 9.184,96
Masajes						
Reductores	\$ 17,16	7	\$ 114,81	\$ 688,87	\$ 2.755,49	\$ 33.065,87
Total Ingresos			\$ 440,11	\$ 2.640,68	\$ 10.562,71	\$ 126.752,51
Ingresos Año 5						
Productos y Servicios	P.V.P	U. Ventidas	Ingresos Diarios	Ingresos Semanales	Ingresos Mensuales	Año 5
Mensual	\$ 41,87	5	\$ 193,70	\$ 1.162,18	\$ 4.648,71	\$ 55.784,54
Diario	\$ 3,59	35	\$ 124,52	\$ 747,11	\$ 2.988,46	\$ 35.861,49
Batidos	\$ 2,99	12	\$ 34,59	\$ 207,53	\$ 830,13	\$ 9.961,53
Masajes						
Reductores	\$ 17,94	7	\$ 124,52	\$ 747,11	\$ 2.988,46	\$ 35.861,49
Total Ingresos			\$ 477,32	\$ 2.863,94	\$ 11.455,75	\$ 137.469,05

Elaborado por: Monserrath Lucero,

Fuente: Propia

Anexo 5

Gimnasio Punto De Fuga			
Estado de Situación Inicial			
ACTIVO		PASIVO	
Activo corriente	\$ 51.120,50	Pasivo a Corto Plazo	\$-
Capital de trabajo	\$ 51.120,50		
Activo Fijo	\$ 35.995,00	Pasivo a Largo Plazo	\$ 57.246,20
Equipos y maquinas	\$ 35.995,00	Préstamo CFN	\$ 57.246,20
Activo Diferido	\$ 56.000,00	PATRIMONIO	\$ 85.869,30
Gastos de Construcción	\$ 56.000,00	Capital propio	\$ 85.869,30
TOTAL ACTIVO	\$ 143.115,50	TOTAL PASIVO+PATRIMONIO	\$ 143.115,50

Elaborado por: Monserrath Lucero;

Fuente: Propia

Anexo 6

Fotos de la Ubicación del gimnasio

